

Řešení nedostatku finančních prostředků v různých typech domácností v ČR

Diplomová práce

Vedoucí práce:

doc. Ing. Jana Turčínková, Ph.D.

Bc. Lenka Pavézková

Brno 2015

Tímto bych chtěla upřímně poděkovat mé vedoucí práce, doc. Ing. Janě Turčínkové, Ph.D., za odborné vedení, cenné rady, zkušenosti a velmi vstřícný přístup při psaní této diplomové práce. Poděkování patří také všem domácím, které se mnou spolupracovaly, bez nichž bych nemohla dosáhnout kýžených výsledků. V neposlední řadě chci poděkovat své rodině, přátelům a mým nejbližším, kteří mne podporovali nejen během psaní této diplomové práce, ale i v době celého studia.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Řešení nedostatku finančních prostředků v různých typech domácností v ČR** vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmetná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 21. prosince 2015

Abstract

Pavézková, L. *Solutions for the absence of financial funds in different types of households in the Czech Republic*. Diploma thesis. Brno: Mendel University, 2015.

The diploma thesis deals with the identification of forms solution for the absence of financial funds in different types of households in the Czech Republic. The theoretical part focuses on the consumer behaviour of households and the factors influencing the consumption. The practical part is based on qualitative research which analyse the structure of income and spending of households and their consumer preferences. It recognizes the main reasons leading households to saving, lending and using of financial products. A significant part of the diploma thesis is focused on the issue of financial literacy. Research sample was consisted of 18 households, for one month households had to recorded income and spending into the diaries. Diary survey was supplemented with in-depth interviews (n = 18). Gained information allowed to deduce conclusions and to formulate recommendations for institutions acting in the financial markets.

Keywords

Household consumption, financial literacy, financial markets, financial products, savings, loans, consumer behaviour.

Abstrakt

Pavézková, L., *Řešení nedostatku finančních prostředků v různých typech domácností v ČR*. Diplomová práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015.

Diplomová práce se zabývá identifikací forem řešení nedostatku finančních prostředků v různých typech domácností v České republice. Teoretická část se zaměřuje na spotřební chování domácností a faktory, které je při spotřebě ovlivňují. Praktická část na základě kvalitativního výzkumu analyzuje strukturu příjmů a výdajů domácností a jejich spotřební preference. Rozpoznávány jsou hlavní důvody, které domácnosti vedou ke spoření, půjčování a využívání finančních produktů. Významná část práce se zaměřuje na problematiku finanční gramotnosti. Zkoumaný vzorek byl tvořen 18 domácnostmi, které si po dobu jednoho měsíce vedly příjmové a výdajové deníky. Deníkové šetření bylo doplněno hloubkovými rozhovory (n = 18). Ze získaných poznatků jsou vyvozeny závěry a navrženy doporučení pro instituce působící na finančních trzích.

Klíčová slova

Spotřeba domácností, finanční gramotnost, finanční trh, finanční produkty, spoření, úvěry, chování spotřebitele.

Obsah

1	Úvod	19
2	Cíl práce	20
3	Literární řešerše	21
3.1	Chování spotřebitele	21
3.1.1	Komplexní model chování spotřebitele.....	22
3.1.2	Spotřební chování domácnosti	22
3.2	Nákupní rozhodovací proces	23
3.2.1	Rozpoznání problému	23
3.2.2	Hledání informací.....	23
3.2.3	Hodnocení alternativ	24
3.2.4	Nákupní rozhodnutí	24
3.2.5	Hodnocení po koupi	24
3.3	Typy nákupního chování	24
3.4	Nákupní role spotřebitelů.....	25
3.5	Faktory ovlivňující chování spotřebitele	25
3.5.1	Kulturní faktory	26
3.5.2	Společenské faktory	28
3.5.3	Osobní faktory	30
3.5.4	Psychologické faktory	32
3.5.5	Situační faktory	33
3.6	Ekonomické rozhodování spotřebitele.....	34
3.6.1	Poptávka a Engelova křivka.....	34
3.6.2	Rozhodování v podmínkách rizika	37
3.6.3	Sklon k úsporám	39
3.7	Finanční systém	39
3.7.1	Charakteristika finančního systému a jeho funkce	39
3.7.2	Finanční trhy.....	41
3.7.3	Finanční zprostředkovatelé	42

3.7.4	Finanční poradenství	42
3.7.5	Finanční gramotnost	43
4	Metodika práce	44
4.1	Specifikace vybraných domácností	45
5	Vlastní práce	47
5.1	Orientační analýza.....	47
5.1.1	Vývoj domácností v ČR.....	47
5.1.2	Spotřeba domácností	47
5.1.3	Makroekonomické ukazatele	51
5.1.4	Struktura úspor domácností	51
5.1.5	Vývoj úrokových sazeb a RPSN	53
5.1.6	Zadluženost domácností.....	53
5.1.7	Pojištění domácností.....	55
5.1.8	Penzijní systém.....	56
5.1.9	Finanční gramotnost v ČR.....	57
5.2	Struktura příjmů a výdajů vybraných domácností.....	57
5.2.1	Domácnosti mladých pracujících (studujících) lidí.....	58
5.2.2	Domácnosti mladých rodin s malými dětmi	60
5.2.3	Domácnosti matek samoživitelek	62
5.2.4	Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku	64
5.2.5	Domácnosti seniorů.....	66
5.2.6	Srovnání spotřeby různých typů domácností	69
5.3	Spotřební preference domácností.....	70
5.3.1	Změna preferencí v případě poklesu příjmu domácnosti	72
5.4	Spoření domácností a využívané spořicí produkty.....	72
5.5	Úvěrové produkty a využívání služeb finančních poradců	74
5.6	Finanční gramotnost vybraných domácností	77
5.6.1	Sledování domácího rozpočtu	77
5.6.2	Znalost finanční matematiky	77
5.6.3	Povědomí o finančních produktech.....	78
5.7	Shrnutí získaných poznatků	79

5.8	Závěry a doporučení pro instituce na finančních trzích.....	81
5.9	Diskuze	85
6	Závěr	87
7	Literatura	91
7.1	Knižní zdroje	91
7.2	Elektronické zdroje	93
A	Finanční zprostředkovatelé	100
B	Nástroje využívané přebytkovými spotřebiteli	104
C	Nástroje využívané deficitními spotřebiteli	109
D	Ukázka příjmového a výdajového deníku	111
E	Ukázka rozhovoru – přepis	114
F	Domácnosti v ČR	121
G	Výdaje a spotřeba domácností	124
H	Seznam použitých zkratk	126

Seznam obrázků

Obr. 1	Model Podnět – Černá skříňka – Reakce	22
Obr. 2	Model procesu nákupního rozhodování	23
Obr. 3	Faktory ovlivňující chování spotřebitele	25
Obr. 4	Vliv na nákupní rozhodování podle životního cyklus	29
Obr. 5	Nákupní rozhodování podle vlivu muže a ženy	29
Obr. 6	Křivka tržní poptávky	35
Obr. 7	Tvar Engelovy křivky v závislosti na typu statku	36
Obr. 8	Engelovy výdajové křivky	36
Obr. 9	Celkový užitek u jednotlivých přístupů k riziku	38
Obr. 10	Přímé a nepřímé financování	41
Obr. 11	Členění finančních trhů podle druhů finančních instrumentů a jejich splatnosti	42
Obr. 12	Vývoj počtu domácností a průměrného počtu členů v letech 1930 – 2011	47
Obr. 13	Vývoj výdajů domácností na konečnou spotřebu v národním pojetí	48
Obr. 14	Průměrné měsíční příjmy a vydání na osobu v různých typech domácností v roce 2014	48
Obr. 15	Podíl vybraných výdajů domácností na výši čistého ročního příjmu na osobu – 2014	49
Obr. 16	Vývoj čistého ročního příjmu na osobu v ČR	50
Obr. 17	Jak vycházely se svými příjmy rodiny s dětmi v ČR v roce 2014	50
Obr. 18	Vývoj úspor domácností v roce 2009–2014	52

Obr. 19	Změny ve struktuře úspor domácností v roce 2009 a 2014	52
Obr. 20	Celkové zadlužení domácností	54
Obr. 21	Zadlužení domácností vzhledem k HDP v různých zemích EU	55
Obr. 22	Objem hrubého předepsaného pojistného	55
Obr. 23	Vývoj objemů prostředků a počtu účastníků ve III. pilíři	56

Seznam tabulek

Tab. 1	Životní cyklus rodiny	31
Tab. 2	Charakteristika vzorku domácností	46
Tab. 3	Hlavní makroekonomické ukazatele (v %)	51
Tab. 4	Průměrná úroková sazba (v %)	53
Tab. 5	RPSN korunových úvěrů poskytnutých bankami (v %)	53
Tab. 6	Výdaje domácností mladých lidí podle účelu (v Kč)	60
Tab. 7	Procentní vyjádření výdajů domácností mladých lidí podle účelu	60
Tab. 8	Celkové příjmy, výdaje, přebytky či nedostatky domácnosti (v Kč)	60
Tab. 9	Výdaje domácností mladých rodin s malými dětmi podle účelu (v Kč)	62
Tab. 10	Procentní vyjádření výdajů domácností mladých rodin s malými dětmi podle účelu	62
Tab. 11	Celkové příjmy a výdaje domácností mladých rodin s malými dětmi (v Kč)	62
Tab. 12	Výdaje domácností matek samoživitelek podle účelu (v Kč)	63
Tab. 13	Procentní vyjádření výdajů domácností matek samoživitelek podle účelu	63
Tab. 14	Celkové příjmy a výdaje domácností matek samoživitelek (v Kč)	64
Tab. 15	Výdaje domácností s hlavou rodiny ve středním věku podle účelu (v Kč)	66
Tab. 16	Procentní vyjádření výdajů domácností s hlavou rodiny ve středním věku podle účelu	66

Tab. 17	Celkové příjmy a výdaje domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku (v Kč)	66
Tab. 18	Výdaje domácností seniorů podle účelu (v Kč)	68
Tab. 19	Procentní vyjádření výdajů domácností seniorů podle účelu	68
Tab. 20	Celkové příjmy a výdaje domácnosti seniorů (v Kč)	69
Tab. 21	Klíčové poznatky o domácnostech mladých pracujících lidí	79
Tab. 22	Klíčové poznatky o domácnostech mladých rodin s malými dětmi	79
Tab. 23	Klíčové poznatky o domácnostech matek samoživitelek	80
Tab. 24	Klíčové poznatky o domácnostech s hlavou rodiny ve středním věku	80
Tab. 25	Klíčové poznatky o domácnostech seniorů	81

1 Úvod

V současnosti se v České republice vyskytuje přes 4,3 milionů hospodařících domácností. Oproti období před padesáti lety se velmi změnilo uspořádání společnosti. Dříve byla většina domácností tvořena úplnými rodinami, jejichž typické složení sestávalo z manželských párů, jejich dětí a velmi často také prarodičů. V dnešní době počet domácností úplných rodin ubývá, naopak rapidně přibývá domácností jednotlivců (singles), nerodinných vícečlenných domácností a domácností složených z neúplných rodin. Hlavní příčinou těchto změn je úbytek sňatkem uzavřených manželství, nárůst faktických manželství, zvyšování počtu dětí narozených mimo manželství a narůstající rozvodovost.

Složení a typ domácnosti je zásadní pro velikost spotřeby a její strukturu. Každá domácnost se tedy vyznačuje rozdílnou spotřebou. Na spotřebu působí ale i velké množství jiných faktorů, například ekonomická situace domácnosti, životní cyklus rodiny a v neposlední řadě také specifické nákupní rozhodování a role členů v jednotlivých domácnostech. Některé domácnosti si kvůli špatné finanční situaci musí peníze vypůjčovat, aby tímto způsobem zajistily chod domácnosti a základní potřeby všech členů.

Všeobecně v posledních letech můžeme u domácností pozorovat vzrůstající trend se zadlužovat. Hlavním důvodem je výrazná změna finančního systému. Dříve lidé neměli tolik možností, jak si peníze vypůjčit. Ve srovnání s tím se dnešní finanční systém neustále rozvíjí, volné prostředky od přebytkových subjektů jsou efektivněji přemísťovány k subjektům deficitním. Nejenže přibývá institucí, které na finančních trzích působí, ale rovněž narůstá i množství nabízených finančních produktů. Díky velkému množství dostupných úvěrových produktů, které jsou často uzpůsobeny na míru, domácnosti shledávají výhodnější si peníze vypůjčit, než dlouhodobě na určité věci spořit. Stále častěji si vypůjčují především na předměty dlouhodobé spotřeby, které jsou finančně náročnější (bydlení, rekonstrukce), ale i na věci, kterými si snaží zpříjemňovat život (dovolená). Finanční instituce taktéž nabízejí širokou škálu spořicíh produktů.

Se vzrůstající zadlužeností domácností však roste riziko, že nebudou moci všechny své závazky splatit. Velký význam zde hraje úroveň finanční gramotnosti, což je soubor znalostí a schopností umožňující správnou orientaci ve světě financí. S neustálým rozvojem se finanční trhy stávají komplikovanější, pro domácnosti a jednotlivce je pak orientace ve spleťtém systému, velkém množství finančních produktů a informací čím dál těžší. Vysoké složitosti mohou využívat zejména nebankovní instituce lichvářského charakteru. Úroveň finanční gramotnosti je proto potřeba zvyšovat, aby bylo předcházeno situacím, které mohou mít pro domácnosti negativní důsledky.

2 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je identifikovat, jakým způsobem různé typy domácností v České republice řeší problém nedostatku finančních prostředků. Hlavní cíl bude naplněn pomocí vhodných výzkumných metod, kterými bude zkoumáno spotřební chování domácností. Na základě zjištěných skutečností budou následně vyvozeny závěry a doporučení pro instituce působící na finančních trzích. K dosažení hlavního cíle bude nutné splnění dílčích cílů:

- provést orientační analýzu dostupných sekundárních dat,
- analyzovat strukturu příjmů a výdajů vybraných domácností,
- zjistit, za co jsou domácnosti ochotny utracet (co si neodpustí) a za co naopak utracet nechtějí (na čem se snaží šetřit),
- zjistit, zda jsou domácnosti schopny nějaké peníze ušetřit a jaké důvody je k šetření vedou,
- zjistit, jestli si peníze půjčují a jakým způsobem je využívají (na jaké účely peníze potřebují),
- zjistit, jaké finanční produkty využívají a podle čeho se při jejich výběru rozhodují,
- analyzovat finanční gramotnost vybraných domácností,
- vyvodit závěry a navrhnout doporučení pro instituce působící na finančních trzích.

3 Literární rešerše

3.1 Chování spotřebitele

Každý spotřebitel je součástí určité společnosti, v níž se svým specifickým způsobem projevuje. Chování spotřebitele je spojeno se spotřebou hmotných a nehmotných statků s cílem uspokojit potřeby a přání. Spotřební chování reprezentuje jen jednu ze složek lidského jednání, která je mnohdy velmi dominantní, ale i přesto zde existují těsné vazby s ostatními složkami (Koudelka, 2006).

Kotler a Keller (2013, str. 803) charakterizují chování spotřebitele jako „*bádání o způsobech jakými jedinci, skupiny a organizace volí, kupují a používají výrobky, služby, myšlenky a zkušenosti pro uspokojení svých potřeb a přání.*“ Koneční spotřebitelé, což jsou jednotlivci, domácnosti a organizace, tvoří spotřební trh. Schiffmann a Kanuk (2004) využívají pojem nákupní chování, podle nich se jedná o chování, které se zaměřuje na rozhodování jednotlivců při vynakládání vlastních zdrojů, jako je čas, peníze a úsilí, na položky související se spotřebou.

Teorie zabývající se chováním spotřebitele prošly značným vývojem. Dříve byly zaměřeny především na kupujícího a jeho rozhodování při nákupu. V dnešní době se k této problematice přistupuje mnohem komplexněji. Ve spotřebním chování jsou obsaženy činnosti související nejen s nákupem a užíváním spotřebních produktů, ale i s jejich následným odkládáním. S těmito činnostmi se pojí i emocionální, behaviorální a kognitivní reakce (Kardes, Cronley, Cline, 2008).

K vysvětlení spotřebního chování jsou využívány tři základní přístupy, z nichž každý klade důraz na jiné faktory, které spotřebitele ovlivňují. Jedná se o přístupy:

1. Racionální – spotřební chování je vysvětlováno na základě ekonomické racionality. Spotřebitel vyhodnocuje všechny pozitiva i negativa a na základně racionálního uvažování si vybírá nejlepší variantu, například dosažení maximálního užitku při určitém příjmu. Psychologické, emocionální a sociální prvky jsou v těchto modelech odsunuty do pozadí.
2. Psychologické – spotřebitel je výrazně ovlivněn psychickými procesy, které se v něm odehrávají. Tyto modely se zaměřují především na vnímání vnějších podnětů, učení se spotřebnímu chování a hluboko ukryté motivy ovlivňující spotřební projevy. Některé psychologické směry jsou propojeny s behaviorálním výkladem (podnět, stimul → reakce, odezva). Jiné směry se zaměřují na psychoanalytický pohled (vzájemné působení podvědomí a vědomí).
3. Sociologické – spotřební chování je ovlivněno sociálním prostředím, ve kterém se spotřebitel vyskytuje, působí zde na něj společenské tlaky, normy, cíle a hlavně sociální skupiny (Zamazalová, 2010).

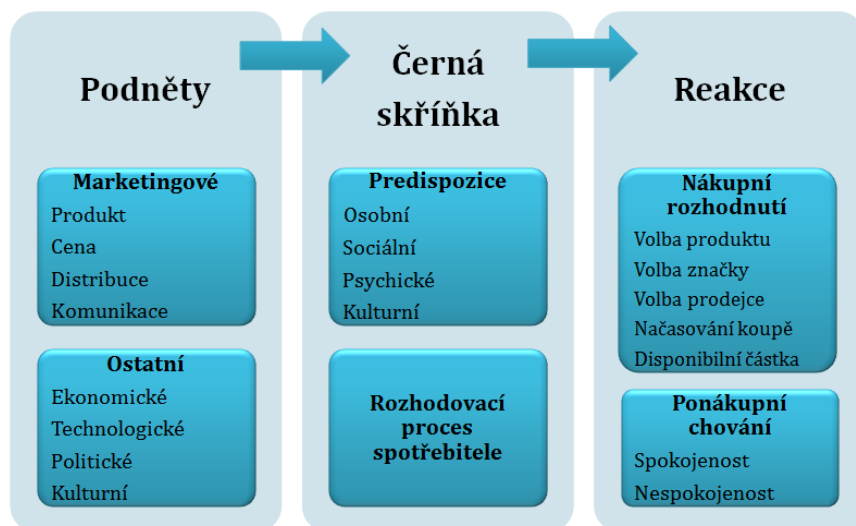
3.1.1 Komplexní model chování spotřebitele

V důsledku toho, že se v marketingu usiluje o ucelnější pojetí chování spotřebitele, vznikají velmi rozsáhlé komplexní modely. Modely se snaží zohlednit racionální, psychickou, sociální, popřípadě i další roviny, které se vzájemně ovlivňují a společně působí na jednání spotřebitele (Koudelka, 2010).

Komplikovanost predikovat chování spotřebitele je způsobeno černou skříňkou, která představuje mysl člověka neboli jakýsi mentální proces, jež nedokážeme kvantifikovat. Zejména pro marketéra je tak velice obtížné pochopit procesy a dění odehrávající se v lidské mysli. Na nákupní chování spotřebitelů se nahlíží jako na vztah podnět – černá skříňka – reakce (Vysekalová a kol., 2011).

Startovacím prvkem celého procesu jsou různé podněty, které poté vstupují do černé skříňky a vyvolávají určité reakce. Může se jednat o marketingové podněty nebo podněty vnějšího prostředí. Černá skříňka obsahuje různé predispozice, které společným působením vedou spotřebitele k určitému jednání (Kotler, 2007).

Rozebíraný model je znázorněn níže na Obr. 1.



Obr. 1 Model Podnět – Černá skříňka – Reakce
Zdroj: Kotler, Moderní marketing, 2007, str. 310, upraveno

3.1.2 Spotřební chování domácnosti

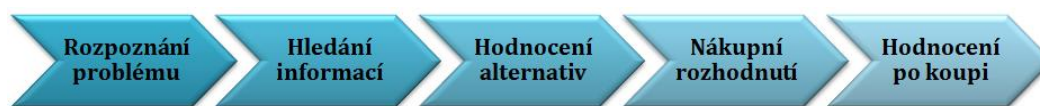
Abychom správně definovali spotřební chování, je důležité neopomíjet skutečnost, že spotřebitel většinou nežije sám, ale je součástí určitého kolektivu. Domácnost je považována za základní jednotku společného hospodaření. Tvoří ji osobní složky, zahrnující členy domácnosti, a majetkové složky, kam patří obydlí a celkové zařízení domácnosti (Švestka, Dvořák, Fiala a kol., 2014).

Úroveň spotřeby vychází a je závislá na typických rysech domácnosti, což je například struktura domácnosti, počet dětí, počet ekonomicky činných členů, životní cyklus rodiny a mnoho dalších. Za přímé spolupráce se každý člen domácnosti více či méně podílí na utváření výdajového rozpočtu. Styl hospodaření může na-

bývat různého charakteru – úsporný, dluhový, orientovaný na investice, jídlo, kulturu a podobně. V domácnosti dochází k efektivnímu uspokojování potřeb, neboť řada produktů je využívána společně. Také se zde odehrává sociální učení, které pak významně ovlivňuje spotřební chování každého člena. Jedinec si v rodinném kolektivu vytváří stravovací a hygienické návyky, učí se společenskému chování a přejímá kulturní a morální hodnoty (Bárta, Bártová, 2012).

3.2 Nákupní rozhodovací proces

Proces nákupního rozhodování zahrnuje celkem pět fází. Spotřebitel během svého rozhodování o nákupu nemusí všemi fázemi projít, některé může vynechat (zejména u rutinního nákupu) či k samotnému nákupu ani dojít nemusí (Vysekalová a kol., 2011).



Obr. 2 Model procesu nákupního rozhodování

Zdroj: Vysekalová a kol., Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky", 2010, str. 49

3.2.1 Rozpoznání problému

První fáze nákupního rozhodovacího procesu vychází z rozpoznání problému. Potřeby mohou být vyvolány vnitřními stimuly (hlad a žízeň) nebo vnějšími podněty, kdy si člověk začne uvědomovat rozpor mezi požadovaným stavem (svým přáním) a skutečností (Kotler a Keller, 2013). Jedinec nejdříve uspokojuje naléhavé potřeby, potom postupuje dále. Hierarchicky uspořádané potřeby jsou znázorňovány různými modely, nejznámější je Maslowova pyramida¹ (Vysekalová a kol., 2011).

3.2.2 Hledání informací

Pokud je vyvolán zájem či potřeba, může být započata fáze druhá, kdy se spotřebitel zaměřuje na vyhledávání informací. Jedinec nejdříve hledá informace ve své paměti, jde o tzv. vnitřní vyhledávání, kdy jsou informace čerpány převážně z jeho zkušeností. Až potom se zaměřuje na vnější vyhledávání, kdy využívá své okolí (Mowen, 1987). Nejčastěji jde o rady a zkušenosti z důvěryhodných zdrojů, tedy od příbuzných, přátel a spolupracovníků. Další důležitý zdroj představuje internet, kde jsou využívány různé spotřebitelské recenze, komerční zdroje a nezávislé testy. Spotřebitele mohou ovlivnit také názory odborníků. Intenzita a rozsah vyhledávaných informací bude odpovídat charakteru produktu, jeho ceně a rizika z nesprávného nákupního rozhodnutí. Například výběr auta je spojen s delším procesem vyhledávání informací (Pride, Ferrel, 2010).

¹ Podle Maslowa tvoří nejzákladnější potřeby fyziologické potřeby, poté jsou uspokojovány motivy jistoty, sociální motivy, potřeby uznání a uplatnění a v poslední řadě potřeba seberealizace.

3.2.3 Hodnocení alternativ

Na základě nabytých informací si spotřebitel utváří představu o různých alternativách, mezi kterými si vybírá. Aby vybral tu nejlepší variantu, rozhoduje se na základě kritérií a vlastností, které by měl produkt splňovat. Každé vlastnosti je dále přiřazena váha důležitosti. Hodnocení alternativ je subjektivní, různí se podle osobnosti, ale i typu vybíraného zboží, spotřebitel pak jednotlivé varianty posuzuje racionálně, intuitivně nebo impulsivně (Mulačová, Mulač, 2013).

3.2.4 Nákupní rozhodnutí

Po výběru nejvhodnější varianty si spotřebitel vytvoří kupní plán – kde a kdy nákup uskutečnit. Samotný nákupní akt zahrnuje akceptaci nákupních podmínek, rozhodnutí, jakým způsobem zaplatit, a zda využít dodávky zboží. Zakoupený produkt nakonec nemusí být stejný jako ten, který byl zamýšlen (Michman, Maze, Greco, 2003). Podle Kotlera (2007) dělíme faktory vstupující mezi nákupní záměr a opravdový nákup do dvou skupin:

- Postoje blízkého okolí – názory rodiny či kamarádů mohou silně ovlivnit spotřebitele, zejména pokud má nedostatek důvěry ve své rozhodnutí.
- Neočekávané situace – řada situací jako ztráta příjmu, uspokojení urgentní potřeby, prostředí obchodu, nedostupnost produktu či přístup prodejního personálu může změnit záměr nákupu nebo nákup dokonce odložit.

3.2.5 Hodnocení po koupi

Spotřebitel na základě používání produktu hodnotí, zda bylo jeho rozhodnutí správné, nebo ne. Ke spokojenosti spotřebitele dochází v případě, kdy vlastnosti produktu a produkt celkově splňuje očekávání a nároky, které na něj byly před nákupem kladeny. Pokud produkt nevyhovuje daným předpokladům, je spotřebitel se svou volbou nespokojen (Stávková a kol., 2006).

Spokojenost s výrobkem vede často k posílení věrnosti ke značce a zopakování nákupu. Naopak nespokojenost a zklamání z produktu vede k odmítnutí příštího nákupu. Spotřebitelé často svoje zkušenosti šíří ve svém okolí, což v případě nespokojenosti přináší znásobený negativní efekt (Mulačová, Mulač, 2013).

3.3 Typy nákupního chování

Jednotlivé fáze nákupního rozhodovacího procesu mohou být různým způsobem modifikovány a to v závislosti na konkrétní nákupní situaci.

1. Rutinní (zvyklostní) nákup – jedná se o nákup běžného zboží a služeb, ve kterých se spotřebitel již orientuje (základní potraviny, drogerie, nealkoholické nápoje). Vzhledem k nízké ceně produktů spotřebitel nepotřebuje získávat a vyhodnocovat informace, po rozpoznání potřeby se rovnou nakupuje.

2. Limitovaný nákup – zboží a služby, které nakupujeme jen příležitostně. Základní rysy produktu jsou spotřebiteli známy, potřebuje získat jen doplňkové informace. Jde například o oděvy a obuv (Vysekalová a kol., 2011).
3. Extenzivní nákup – nejsložitější proces nákupního rozhodování, tyto produkty nejsou tak často nakupované a spotřebitel o nich má nejnižší povědomí. Charakteristickými vlastnostmi jsou vysoké ceny a vysoké riziko při nákupu. Jedná se o produkty dlouhodobé spotřeby, jako jsou auta, nábytek, domy (Stávková a kol., 2006).
4. Impulzivní nákup – nepředchází mu dlouhodobé plánování a rozhodování. K nakupování dochází nejčastěji u zboží v akci, či novinek (Zamazalová, 2010).

3.4 Nákupní role spotřebitelů

Všichni členové rodiny či domácnosti, ale i osoby mimo ni, mohou nákup ovlivnit. Při nákupním rozhodovacím procesu tak zauímají různé role. Podle Tomka a Vávrové (2007) rozlišujeme tyto nákupní role:

- Iniciátor – osoba, která jako první dá podnět k nákupu,
- Ovlivňovatel – poradce, jehož rada nebo zkušenost mají vliv na nákup,
- Rozhodovatel – osoba, která provádí konečné nákupní rozhodování,
- Kupující – osoba realizující nákup,
- Uživatel – osoba, která výrobek užívá a spotřebovává.

Kotler a Keller (2013) ještě přidávají roli plátce – ten, který nákup financuje.

3.5 Faktory ovlivňující chování spotřebitele

Během života jedince se utváří predispozice, které mají silný vliv na jeho spotřební chování a nákupní rozhodování. Každý autor tyto faktory pojímá různým způsobem, jednou z možností je třídění na vlivy vnitřní a vnější. Podle Kotlera a Armstronga (2009) se faktory dělí na kulturní, společenské, osobní a psychologické. U některých autorů se setkáváme ještě se situačními faktory.

Kulturní faktory	Společenské faktory	Osobní faktory	Psychologické faktory
<ul style="list-style-type: none"> • kultura • subkultura • společenská třída 	<ul style="list-style-type: none"> • referenční skupiny • rodina • status a role 	<ul style="list-style-type: none"> • věk a fáze života • zaměstnání • ekonomická situace • životní styl • osobnost 	<ul style="list-style-type: none"> • motivace • vnímání • učení • přesvědčení a postoje

Obr. 3 Faktory ovlivňující chování spotřebitele

Zdroj: Kotler, Armstrong, Principles of marketing, 2009, str. 162, upraveno

3.5.1 Kulturní faktory

Kulturní faktory působí na spotřebitele nejsilnějším vlivem, neboť je jimi ovlivňován po celý svůj život. Kulturní prostředí formuje zákaznickovo chování a utváří jeho potřeby. Mezi základní kulturní faktory patří kultura, subkultura a společenská třída (Kotler, 2007).

- **Kultura**

Kultura je nezbytnou součástí každé společnosti, je tvořena nemateriálními a materiálními složkami. Mezi nemateriální složky můžeme zahrnout zastávané hodnoty, tradice a zvyky, normy, jazyk, mýty a společenské chování. Materiální prvky se projevují především ve stylu bydlení a v předmětech, které jsou společností spotřebovávány (Mulačová, Mulač, 2013).

Kultura je spíše vnímaná jako proces učení se, kdy se kulturní zdroje promítají do návyků získaných výchovou a samotným učením se. Nejedná se tedy o něco, s čím jsme se již narodili. Dítě rostoucí v určité společnosti získává základní soubor hodnot, vytváří si vlastní preference a typ chování prostřednictvím procesu socializace, kde hlavní roli hraje především rodina, vzdělávací a církevní instituce, přátelé, pracovní kolektiv, média a mnoho dalších institucí (Machková, 2009). Například dětem vyrůstajícím v USA se školy snaží předat hodnoty jako úspěch, pokrok, individualismus, rozvoj osobnosti, svoboda, racionalismus, pragmatismus atd. (Durmaz, 2014).

Lidé žijící ve stejném kulturním prostředí mají shodné hodnoty, normy a podobné spotřební chování, z čehož vyplývá, že kultura je sdílená neboli homogenní. Avšak musíme brát v úvahu, že různé kultury se mezi sebou odlišují, existuje zde tzv. kulturní heterogenita. Příslušníci různých kultur mají i různé spotřební projevy, například spotřebitelé v České republice mají jiný postoj k pivu než spotřebitelé ve Francii. Podle agentury The Brewers of Europe (2014, str. 10) se v České republice za rok 2013 vypilo 144 litrů piva na osobu, kdežto ve Francii pouze 30 litrů na osobu. Na rozdíl od Čechů jsou Francouzi známí svou konzumací vína, za rok 2012 vypili téměř 48 litrů na osobu, zatímco v ČR se vypilo pouze 17,5 litrů na osobu (Karlsson, 2013). Dalším charakteristickým rysem kultury je to, že se přenáší z generace na generaci, díky čemuž vznikají tradice. Lidé mají tendenci čerpat z minulosti, ať už jde o neustále se opakující módní styly, nebo návrat k tradicím a kvalitním produktům jako za První republiky. Velká část spotřebitelů se tak v dnešní době orientuje na složení potravin a preferují především výrobky bez přidaných chemických látek. Přenos mezi generacemi však neznamená, že je kultura neměnná, naopak se neustále vyvíjí a slučuje staré ideje s těmi novými (Zamazalová, 2010). Některé kultury přijímají změnu rychleji (dynamické kultury), některé naopak pomaleji (spíše statické kultury). Například americká kultura prošla od roku 1950 velkou změnou, zatímco v Saudské Arábii se toho zas tolik nezměnilo (Durmaz, 2014).

- **Subkultura**

Každá kultura je složena z menších subkultur, které představují skupiny lidí vyznávající či sdílející stejné hodnoty. Tyto hodnoty se vytváří díky obdobným život-

ním zkušenostem a životnímu stylu členů skupin. Subkultury jsou charakterizované zejména národností, etnickým původem, náboženstvím a geografickou oblastí. (Dumaz, 2014).

Jednotlivé národy mají specifické chutě a odlišné národní kuchyně, podle toho se bude odvíjet i jejich spotřeba. Náboženské skupiny, jako jsou katolíci, muslimové, židé, hinduisté atd., vyznávají odlišné víry, z kterých vyplývají jejich preference, ale i nepřipustné a zakázané činnosti. Židé, zejména ti ortodoxní, se stravují pouze jídlem, které je košer. Pro muslimy je povolena jen konzumace halal potravin, zakázáno je například vepřové maso, ale i alkohol a jiné omamné látky. Rozdíly jsou patrné i ve stylu oblékání při různých událostech. Hindská nevěsta nosí barevné šaty, zatímco pro křesťanskou nevěstu je ve svatební den typická bílá barva šatů. Také zeměpisné oblasti jsou charakteristické různorodými životními styly a spotřebitelským chováním (Management study guide, 2015).

• Společenská třída

Podle Kotlera a Kellera (2013) bývá společnost obvykle rozčleněna do různých společenských tříd. Jedná se o hierarchicky uspořádané a většinou trvalé skupiny osob, které zastávají obdobné hodnoty, zvyky, mají podobné zájmy a společenské chování. Vyznačují se také podobným nákupním chováním a výdajovými návyky. Příslušnost k určité společenské vrstvě je odvozena od vzdělání, zaměstnání, majetku a příjmu. Každá společenská třída se vyznačuje jinými preferencemi, například nákupem různých produktů a služeb, využíváním odlišných spořicích produktů, rozdílným způsobem trávení volného času či bydlením v určité lokalitě.

Lidé zaujímají různé pozice ve společnosti. Základní rozčlenění je na nižší třídu, střední třídu a vyšší třídu. Jedním z rozdílů mezi jednotlivými třídami je výše jejich disponibilního příjmu. Obecně platí, že bohatší lidé mají tu možnost nakupovat více než lidé s menšími příjmy (Durmaz, Tesdemir, 2014). Spotřebitel z nižší třídy je více zaměřen na cenu zboží a služeb, proto jsou jeho výdaje nejčastěji směřovány na položky uspokojující základní potřeby a běh domácnosti. Lidé ze střední třídy volí spíše kvalitní zboží a zdravější potraviny. Orientují se především na svou budoucnost, proto využívají nejrůznějších spoření a pojištění, ve snaze zajistit svým dětem kvalitní vzdělání a udržet si stejnou životní úroveň i v době penze. Zástupci z vyšší třídy dávají přednost kvalitnějším produktům a inovacím, důležitým kritériem při výběru je pro ně popularita a pověst nakupované značky, často si vybírají exkluzivní prodejce. Nakupují luxusní zboží, značkové oblečení, dopřávají si exotické dovolené a produkty, které je odlišují od ostatních a zdůrazňují jejich postavení ve společnosti (Gherasim, 2013).

I když je třídní postavení ve společnosti odvozováno nejčastěji od výše příjmů, příjem stále představuje jen jednu z hlavních charakteristik společenské třídy. Jednotlivci nebo rodiny spadající do různých sociálních vrstev mohou disponovat podobným příjmem. Kromě toho příjem by měl narůstat s naším věkem, kdy získáváme lepší platové ohodnocení. Také domácnosti složené z více pracovních členů (tudíž i s vyšším příjmem) nezískávají automaticky vyšší společenské postavení. Zařazení do společenské třídy je odvozováno i od životního stylu a vyznávaných hodnot jedince. Vždyť právě osobní hodnoty a životní styl mají

mnohdy větší vliv na nákupní chování spotřebitele než výše jeho příjmu (Mihic, Čulina, 2006).

3.5.2 Společenské faktory

Na každého člověka působí sociální prostředí, již od svého narození se člověk zařazuje do určité sociální skupiny, která výrazně ovlivňuje jeho spotřebitelské chování, myšlení, vztahy a city. Největší vliv na jedince mají malé sociální skupiny. Členové skupin mezi sebou udržují vzájemný kontakt, vyznávají shodné hodnoty a mají společné potřeby a cíle. Mezi nejvýznamnější sociální skupiny řadíme rodinu a referenční skupiny (Kotler, 2007).

• Referenční skupiny

Referenční skupiny přímo nebo nepřímo ovlivňují názory a sebepojetí jednotlivců. Ti podle nich přizpůsobují své spotřební preference, čímž dávají najevo příslušnost k určité skupině. Konformita je dobře vidět například u dětí, které většinou touží po stejných hračkách, jako mají jejich kamarádi (Sandu, 2014).

Referenční skupiny dělíme na primární a sekundární. *Primární skupiny* se vyznačují dlouhodobou soudržností, lidé v nich mají důvěrné vztahy a velmi často se vídají, řadíme zde rodinu, přátelé či sousedy. *Sekundární skupiny* jsou neosobní, skládají se z většího počtu členů, kteří mají společné zájmy a jejich kontakt není tak častý, např. náboženské skupiny. Podle stupně formálnosti dělíme skupiny na *formální*, které jsou strukturované a členství se získává při splnění a dodržování určitých pravidel – kluby, spolky, týmy, a *neformální*, které nefungují podle členského principu a vychází spíše ze spřízněnosti (Gherasim, 2013).

Spotřebitel je významně ovlivňován i skupinami, ke kterým nenáleží. *Aspirační skupiny* jsou skupiny, u nichž si jedinec přeje být jejich součástí. Jako příklad si uvedeme dívku, která chce patřit do party populárních spolužaček. Aby se jim přiblížila, začne nosit podobné oblečení a účes. Naopak *disociační skupiny* mají na člověka negativní vliv a chce se od nich distancovat (Rani, 2014).

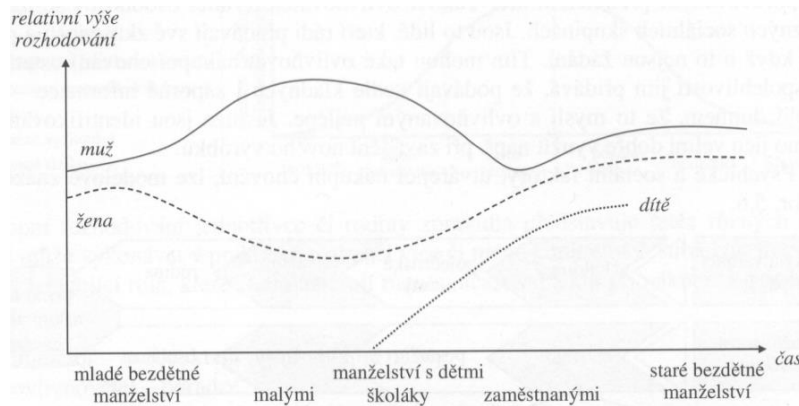
• Rodina

Rodina hraje v životě jedince nejvýznamnější roli, formuje jeho osobnost a je jedním z nejsilnějších determinantů utvářející nákupní chování. Lidé většinou udržují tradice, na které byli zvyklí, když ještě bydleli s rodiči. To také platí u vnímání a nákupu různých produktů či značek (Tanner, Raymond, 2015).

Na spotřební chování má velký vliv fáze životního cyklu rodiny. V současnosti dochází k výrazným změnám v životním cyklu rodiny, lidé radši dávají přednost kariéře a rodinu zakládají až v pozdějším věku. Ubývá počet sňatků a přibývá párů, které spolu žijí pouze v partnerském vztahu dokonce i po zplození dítěte, mimo jiné se také zvyšují počty singles.² (Mulačová, Mulač, 2013). Vývoj nákupního rozhodování podle životního cyklu rodiny je zobrazen na Obr. 4. Na nákupní rozhodování rovněž působí i rozdělení kupních rolí v rámci rodiny a síla vlivu jednotlivých členů. Podle Verma a Kapoor (2003) jsou ženy dominantní především

² Singles jsou lidé, kteří žijí sami, jeden člověk tak tvoří samostatnou domácnost.

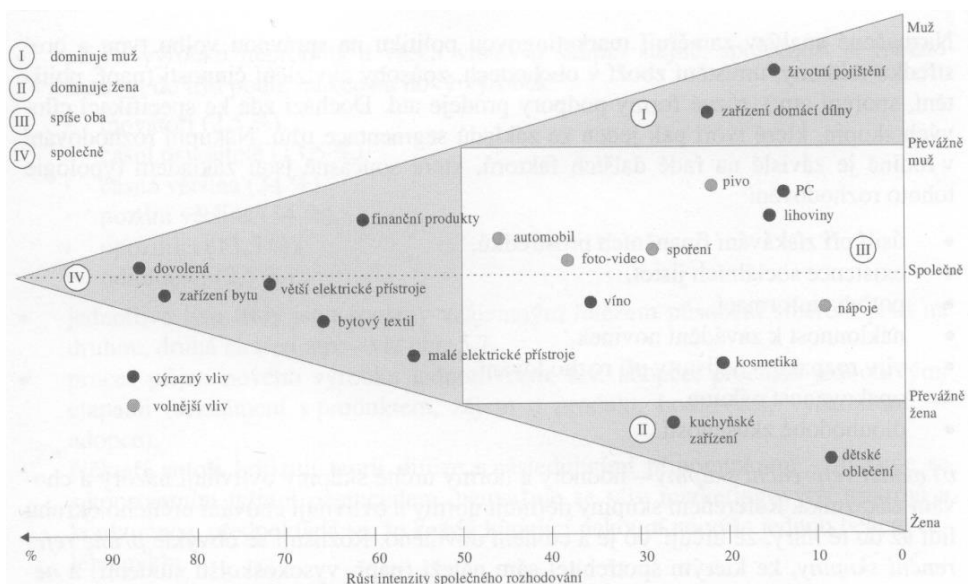
v rozhodování o nákupu produktů dlouhodobé spotřeby, zatímco muži se více angažují při výběru produktů, kde je potřeba více technických znalostí.



Obr. 4 Vliv na nákupní rozhodování podle životního cyklu

Zdroj: Tomek, Vávrová, Marketing od myšlenky k realizaci, 2007, str. 89

Juyal a Singh (2009) se ve své studii zabývali rolemi indických žen v nákupním rozhodování. Vzdělané samostatně žijící ženy jsou sebevědomější a při rozhodování nejsou tolik ovlivněny okolím, zatímco ženy žijící v rodině často rozhodují společně s partnerem, ale velký důraz kladou především na názor jeho rodičů (v Indii jsou totiž rodiče manžela na vyšší společenské úrovni než samotný manžel). Podle Obr. 5 rozhoduje muž o výběru životního pojištění, zatímco žena je dominantní při nákupu kuchyňského zařízení a dětského oblečení. Pokud jde o spoření a další finanční produkty, partneři rozhodují spíše společně, ale s větším vlivem muže, jelikož muži se většinou lépe orientují v oblasti financí (Tomek, Vávrová, 2007).



Obr. 5 Nákupní rozhodování podle vlivu muže a ženy

Zdroj: Tomek, Vávrová, Marketing od myšlenky k realizaci, 2007, str. 89

Co se týče role dítěte, bylo zjištěno, že síla jeho vlivu na nákupní rozhodování v rodině se odvíjí od jeho věku, pohlaví a rozpočtu rodiny. Nejsilnějším faktorem je věk, čím je dítě starší, tím je větší i jeho vliv. Tyto poznatky vychází z výzkumu, jenž byl proveden v Nigérii (Akinyele, 2010). Podle londýnské agentury Walter Thompson mají děti stále větší vliv na výběr finančně nákladnějšího zboží – z 31 % se podílejí na výběru rodinné dovolené, v 30 % rozhodují o modelu nakupovaného auta a 22 % se podílejí na výběru značky elektrotechniky (Tomek, Vávrová, 2007).

- **Společenský status a role**

Všichni ve společnosti zastáváme určité postavení neboli společenský status, s kterým souvisí jasný typ chování a zastávané role. Společenské postavení a role hluboce ovlivňují chování spotřebitele a jeho rozhodnutí o koupi. Kupříkladu generální ředitel musí ve společnosti reprezentativně vystupovat, pokud by řídil malé starší auto a chodil by neformálně oblečen, byl by brán u svých obchodních partnerů a zákazníků méně vážně, než když řídí luxusní auto a nosí formální oblečení, které je hodno jeho postavení (Gajjar, 2013).

3.5.3 Osobní faktory

Osobní vlastnosti tj. věk, fáze života, zaměstnání, ekonomická situace, zastávaný životní styl a osobnost mají také přímý vliv na nákupní chování spotřebitele (Kotler, Keller, 2013).

- **Zaměstnání a ekonomická situace**

Zaměstnání ovlivňuje nákupní a spotřební vzorce. Od určitých profesí se odvíjí nejen typ oblečení, potřebné nástroje a přístroje k práci, ale také příslušnost ke společenské třídě a dalším sociálním skupinám (Mulačová, Mulač, 2013). Manažer bude například nakupovat obleky, kdežto zaměstnanec v dílně více ocení pohodlnější oblečení pro svoji práci. Domácnosti jsou také ovlivněny ekonomickou situací, což potvrdila i nedávná ekonomická krize, která donutila většinu domácností snížit jejich spotřebu. Pokud je situace dobrá, může osoba kupovat dražší produkty a více spořit. Ve špatné situaci si nemůže dovolit utrácet za dražší věci, nebo se musí například něčeho vzdát (Sandu, 2014). Velikost, úroveň a stálost příjmu, úspory, dluhy, možnosti půjčit si peníze, všechny tyto faktory mají významný vliv na volbu produktů a značek (Kotler, Keller, 2013).

Je nutno dodat, že lepší ekonomická situace nevede automaticky k vyšší spotřebě. Podle výzkumu autorů Piktourniené a Urbonavičius (2014), kteří se zabývali rozložením spotřeby a úspor v době během krize a krátce po krizi (2009–2011), vyplývá vliv emocí a strachu. Starší generace prožívaly během krize strach o své úspory a nadále budou kvůli opatrnosti spořit. Mladší generace se také během krize naučila být do budoucna spořivější. Navíc téma zajištění se do budoucna získalo během krize v Litvě velkou publicitu. U obou generací tedy nedošlo s vyšším příjmem k většímu a bezohlednějšímu utrácení peněz. Naopak to vypadá, že nadále budou pokračovat v opatrném utrácení.

- **Věk a fáze života**

V závislosti na věku a fázi života mají lidé různorodé preference a potřeby. Každá etapa života se projevuje typickým spotřebním chováním a nákupem specifických produktů. U domácností je spotřeba významně ovlivněna životním cyklem rodiny, důležitý je také počet, věk a pohlaví jednotlivých členů (Machková, 2009). Tab. 1 uvádí jednotlivé stádia životního cyklu rodiny. Tradiční životní cyklus rodiny se dnes často neshoduje s realitou.

Tab. 1 Životní cyklus rodiny

Stádia životního cyklu	Typické spotřební chování
Mládenecké období (Mladý svobodný člověk)	Nedisponují velkým množstvím finančních prostředků. Zaměření na zábavu, útrata především za sport, kulturu a oblékání. Investice do základního vybavení bytu.
Novomanželské období (Mladí bezdětní manželé)	Lepší finanční podmínky. Největší pořizovací aktivita, vybavování domácnosti a nákup aut.
Rozvedení, odloučení	Horší finanční podmínky. Nezbytné nákupy, výchova dětí, udržení domácnosti.
Plné hnízdo I (Nejmladší dítě do 6 let)	Minimum volných finančních prostředků. Velký vliv reklamy. Vybavování domácnosti vrcholí. Výdaje zaměřeny na nákup elektroniky a uspokojení dětských potřeb.
Plné hnízdo II (Nejmladší dítě nad 6 let)	Zlepšení finanční situace. Vliv reklamy se snižuje. Spotřeba je zaměřena na nákup potravin, rodinných balení a zboží dlouhodobé spotřeby.
Plné hnízdo III (Starší manželé s dospívajícími nezaopatřenými dětmi)	Finanční situace se zlepšuje, některé děti si přivydělávají. Vliv reklamy minimální. Investice do nového vybavení domácnosti, nábytku a koníčků.
Prázdné hnízdo I (Starší stále pracující rodiče, děti osamostatněny)	Spokojenost s finanční situací. Zaměření na rekreaci, zájem o cestování a vzdělávání.
Prázdné hnízdo II (Starší manželé v důchodu)	Značný pokles příjmů. Udržování domu, rostou výdaje na léky a zdravotní péči.
Starší lidé	Nízké příjmy, charakteristická je setrvačnost.
Osamělý vdovec nebo vdova	Nízký příjem, potřeba pozornosti a pocitu bezpečí.

Zdroj: Mulačová, Mulač, Obchodní podnikání ve 21. Stolení, 2013, upraveno

Podle výzkumu Verma a Kapoor (2003) se osoby ve věku od 25 do 50 let dokáží rozhodovat ve většině případů samy, mají totiž vytvořeny individuální názory na určité značky a produkty. Naopak lidé ve vyšším věku se při výběru produktů často obracejí na své děti či další rodinné příslušníky, ve světě všemožných výrobků a značek se totiž moc neorientují a potřebují pomoc.

Autoři Chen a Ma (2009) se zabývali ve své studii věkem a rizikovou volbou (nákup, investice). Bylo zjištěno, že starší osoby podstupují méně rizikové volby než mladí lidé. Výsledky jsou v souladu s přesvědčením, že jsou starší osoby více rizikově averzní. Podle autorů za tím může stát například bohatství a čas.

V případě ztráty určité částky má starší člověk méně času vzpamatovat se ze ztráty než člověk v mladším věku.

- **Životní styl**

Životní styl odkazuje na způsob, jakým jedinec žije a projevuje se ve svém okolí. Zahrnuje všechny činnosti, zájmy, hodnoty a názory. Například spotřebitel se zdravým životním stylem raději preferuje bio výrobky a velkou část výdajů vynakládá na sportovní vybavení (Rani, 2014).

Studie autorů Montoya a Scott (2013) přináší zajímavý pohled na vztah mezi spotřebou založenou na životním stylu a úsporami. Podle článku mají lidé, kteří nakupují na základě svého životního stylu, tendenci k nižším úsporám. Lidé s nižší spotřebou, která je založená na životním stylu, se rozhodují více na základě dlouhodobých přínosů, což se odráží v jejich touze více spořit. Větší sebeúcta způsobuje, že člověk nad sebou a svým životem přemýšlí více do budoucna.

- **Osobnost a sebepojetí**

Osobnost je sada zvláštností a charakteristik jedince. Osobnost je u každého individuální, všichni se navzájem odlišují. Výrobci tedy musí vyrábět takové produkty, aby potěšili každého. Je potřeba, aby produkty obsahovaly hodnoty, s kterými se daný jedinec dokáže ztotožnit (Sandu, 2014). Rysy získané z dědičných dispozic a osobních zkušeností tvoří celkovou osobnost, která se projevuje v chování člověka v různých situacích. Spotřebitelské chování hudebně nadaného člověka bude ovlivněno zájmem o hudební nástroje, hudbu, či hudební pořady (Management study guide, 2015).

3.5.4 Psychologické faktory

Chování spotřebitele velmi úzce souvisí s psychologickými procesy, které se odehrávají v každém z nás. Mezi psychologické faktory řadíme motivaci, vnímání, učení a přesvědčení a postoje (Kotler, Keller, 2013).

- **Motivace**

Motivace je jakási hnací síla jedince, vzniká v jeho nitru ve chvíli, kdy musí dojít k uspokojení nějaké potřeby. Každý jedinec je individuální, a proto má jedinečné biologické, fyziologické a sociální potřeby. Pokud je potřeba urgentní, motivace se ještě zvyšuje. Když například půjdete nakoupit auto a budete hladový a ospalý, vše, co budete chtít, je spánek a jídlo. V takovém případě můžete koupit auto bez důkladného vyhodnocení všech informací (Sandu, 2014).

- **Vnímání**

Vnímání je proces, jehož prostřednictvím jednotlivec vybírá, organizuje a interpretuje získané informace tak, aby v závěru dávaly smysl. K poznání našeho okolí využíváme naše smysly – zrak, chuť, sluch, čich a hmat (Kotler, 2007). Vnímání utváří naše názory na danou věc, proto když využíváme třeba jeden smysl, bude nám připadat výrobek jiný, než když využíváme smysly dva. Za pomoci těchto stimulů se musí snažit marketéři přesvědčit spotřebitele o koupi produktu, který

propagují. Spotřebitel je každý den zasažen mnoha reklamami především v TV, tisku a jeho blízkém okolí (Sandu, 2014).

Jedním z typů reklamy, je šokující reklama. Například firma Calvin Klein vzbudila pobouření, když ve svých reklamách použila spoře oděné teenagery (Dahl, Frakenberg a Manchanda, 2003). Další možnou je reklama podávající podprahovou zprávu. Výzkumy naznačují, že takové reklamy vysílají podprahové sdělení, které má ovlivnit rozhodnutí o koupi. V roce 1999 provedli Channouf, Canac a Gosset experiment, kdy si měli lidé zapamatovat slova po sérii zhlédnutých fotek na obrazovce. Všem byl po experimentu nabídnut nápoj. V případě těch, kteří chvíli viděli obrázek nápoje na obrazovce, si dalo nápoj 85 % dotázaných. Avšak ti, co neviděli nápoj (místo toho viděli obrázek stolu), si dali nápoj pouze ve 40 % případech.

- **Učení**

Učení představuje proces změny chování po získání informací nebo zkušeností. Dobré zkušenosti s produktem mohou být důvodem, který vede spotřebitele k příštímu nákupu. Naopak získání špatných zkušeností vede k tomu, že produkt nebude opětovně nakupován. Pokud například spotřebitel využil služeb finančního poradce a v konečném důsledku s těmito službami nebyl spokojen, příště se raději obrátí na poradce jiného (Gajjar, 2013).

- **Přesvědčení a postoje**

Přesvědčení a postoje hrají zásadní roli při ovlivňování nákupního rozhodnutí spotřebitelů. Přesvědčení lze definovat jako mínění o určité skutečnosti. Postoje představují pozitivní nebo negativní vztahy k určitým objektům, může se jednat o pocity či názory ohledně společnosti, události, nebo nějakého produktu (Kotler, Keller, 2013). Prostřednictvím zkušeností, učení a vnějšího vlivu okolí si jedinec vytváří postoje, které ovlivňují jeho nákupní chování. Postoje mají dlouhodobý charakter, těžko se tedy dají změnit (Rani, 2014).

3.5.5 Situační faktory

Situační faktory mohou ovlivnit spotřebitele během jakéhokoliv stádia nákupního rozhodovacího procesu, můžeme je klasifikovat do pěti kategorií – hmotné okolí, společenské okolí, časové hledisko, důvod k nákupu a momentální rozpoložení jedince. Počasí, světlo, vůně, zvuky, atmosféra nebo umístění obchodu, to vše je zahrnováno mezi hmotné činitele okolí. Společenské prostředí je reprezentováno přáteli, rodinnými příslušníky, prodejci či dalšími kupujícími. Časové hledisko ovlivňuje nákupní rozhodování v mnoha směrech, ať už se jedná o dobu, kterou stráví spotřebitel při shromažďování informací o produktu, nebo čas spojený s jeho vyhledáním, zakoupením a používáním. Důvod k nákupu vzbuzuje otázku, co a koho by měl nakoupený produkt uspokojit. Rozpoložení (vztek, úzkost, spokojenost) nebo stav (únava, nemoc) jedince ovlivňují schopnost získávat potřebné informace a porovnávat jednotlivé varianty (Pride, Ferrel, 2010).

Podle Bártové, Bártý a Koudelky (2005) mezi významné situační faktory patří různé vlivy obchodního prostředí, jako je sortiment zboží, merchandising, atmosféra v prodejně či projevy personálu a jeho kvalifikovanost.

3.6 Ekonomické rozhodování spotřebitele

Podle Holmana (2007) má spotřebitel obvykle na výběr z více možností a příležitostí, mezi kterými se rozhoduje. Tyto příležitosti mezi sebou porovnává na základě získaného užitku. Dalším důležitým faktorem, podle něhož se spotřebitel rozhoduje, jsou náklady. Racionální spotřebitel se snaží o maximalizaci svého užitku a minimalizaci nákladů.

V reálném světě si bohužel většina spotřebitelů nedokáže zvolit optimální spotřebu, protože si neuvědomují své vlastní preference. Racionálnější se spotřebitel může stát při opakovaných nákupech, kdy postupem času objevuje své optimální preference (Barčák, Sekerka, Svoboda, 2013).

3.6.1 Poptávka a Engelova křivka

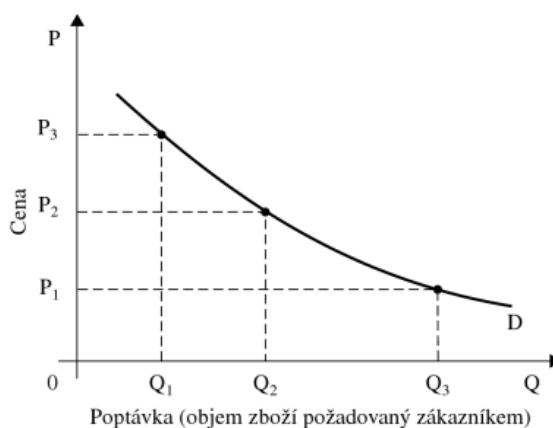
Poptávka po různých výrobcích a službách odráží chování spotřebitele. V tržní ekonomice tedy závisí právě na nich, co a v jakém množství bude vyráběno. Poptávku definujeme jako vztah mezi poptávaným množstvím statku a jeho cenou, *ceteris paribus*.³ Všechno, co si spotřebitelé přejí nakoupit, však není poptávkou. Každá domácnost či jedinec je omezen peněžní částkou, kterou může vynaložit na nákup statků a služeb. Poptávka tedy odráží kupní sílu, která je dána disponibilním důchodem spotřebitele (Jurečka a kolektiv, 2013).

Podle Barčáka, Sekerky a Svobody (2013) rozlišujeme tři druhy poptávky, individuální, tržní a dílčí. Individuální poptávka představuje poptávku jediného kupujícího. Tržní poptávka je souhrnem všech individuálních poptávek na určitém trhu. Agregátní poptávka představuje souhrn všech zamýšlených koupí na trhu. Křivka tržní poptávky je zobrazena na Obr. 6. Pro většinu statků je funkce poptávky klesající, neboť vychází ze zákona klesající poptávky, kdy při nízkých cenách mají lidé tendenci zvyšovat své nákupy, naopak při vysokých cenách budou nakupované množství statku snižovat. V reálné ekonomice se vyskytují i zvláštní případy poptávkových křivek.

- **Veblenův efekt** – jedná se o případ tržního chování souvisejícího s okázalou spotřebou či zařazením do určité sociální skupiny, spotřebitelé kupují drahé luxusní statky, i když na trhu existují levnější substituty, spotřebitelům jde o originalitu, výjimečnost a prestiž. Čím dražší zboží je, tím větší množství je nakupováno.
- **Snobský efekt** – spočívá v tom, že čím více spotřebitelů určitý statek nakupuje, tím méně ho chtějí ostatní, individuální poptávka spotřebitele klesá.
- **Efekt módy** – vychází z toho, že pro určité domácnosti jsou lákavější statky, které jsou nakupovány i jinými domácnostmi. Individuální poptávka roste

³ Latinský termín „*ceteris paribus*“ znamená za stávajících podmínek, využívá se při zdůraznění předpokladu, že ostatní proměnné zůstávají neměnné. U poptávky se jedná o neměnný důchod a konstantní ceny ostatních statků.

v důsledku růstu nakupovaného množství statku jinými spotřebiteli (Buchta, 2007).



Obr. 6 Křivka tržní poptávky

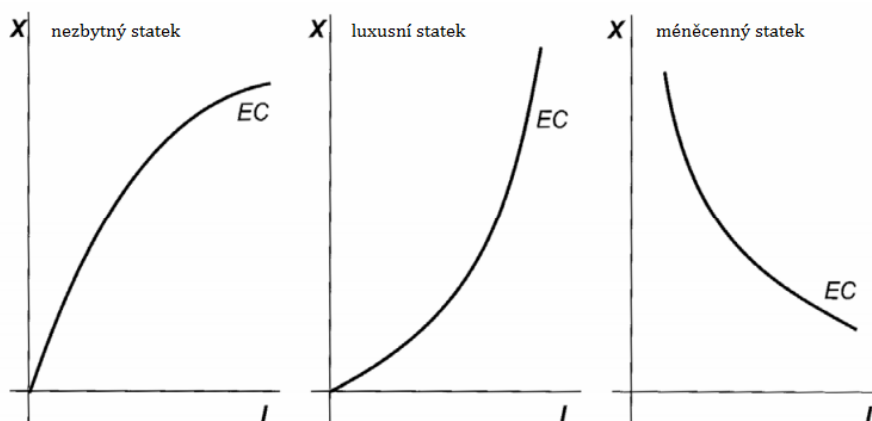
Zdroj: Holman, Mikroekonomie: středně pokročilý kurz, 2007, str. 58.

Engelova křivka vyjadřuje závislost mezi spotřebovávaným množstvím určitého statku na celkovém důchodu spotřebitele, *ceteris paribus*.⁴ Engelova křivka (EC) je odvozována z důchodové spotřební křivky a charakterizuje jaký dopad má změna příjmu na spotřebu různých statků a služeb. Tento dopad není tak úplně jednoznačný, je podmíněn tím, o jaký statek se jedná (Holman, 2007). Jednotlivé tvary Engelovy křivky v závislosti na typu statku jsou zobrazeny na Obr. 7. Rozlišujeme tři druhy statků:

- **Normální statek nezbytný** – spotřeba těchto statků roste pomaleji než důchod. Změna důchodu o 1 % sice vyvolá růst poptávaného množství statku, ale o méně než 1 %. EC je rostoucí, pozitivně skloněná a konkávní. U těchto statků je platný zákon klesajícího užítku, tedy pokud roste důchod, spotřebitel nákup nezbytných statků omezuje, neboť každá další spotřebovaná jednotka přináší stále menší užitek. Jelikož jsou statky nezbytné, spotřebitel je musí kupovat i při nízkém důchodu. Jedná se například o základní potraviny.
- **Normální statek luxusní** – spotřeba těchto statků roste rychleji než důchod. Změna důchodu o 1 % v tomto případě vyvolá růst poptávaného množství statku o více než 1 %. EC je rostoucí, pozitivně skloněná a konvexní. Normální luxusní statky neuspokojují základní potřebu, tudíž pokud má spotřebitel nedostatečný důchod, tyto statky nenakupuje vůbec, nebo jen v malém množství. Patří sem například značkové oblečení, kvalitní potraviny a automobily.
- **Méněcenný (podřadný) statek** – pro tento statek platí, že jeho spotřeba s růstem důchodu klesá, může nastat i situace, kdy spotřebitel přestane daný statek nakupovat úplně. EC je klesající, negativně skloněná. Méněcenný statek je zpravidla statek určený pro základní potřebu a je dostupný zejména pro

⁴ U Engelovy křivky se jedná o neměnnou cenu statku a konstantní ceny ostatních statků.

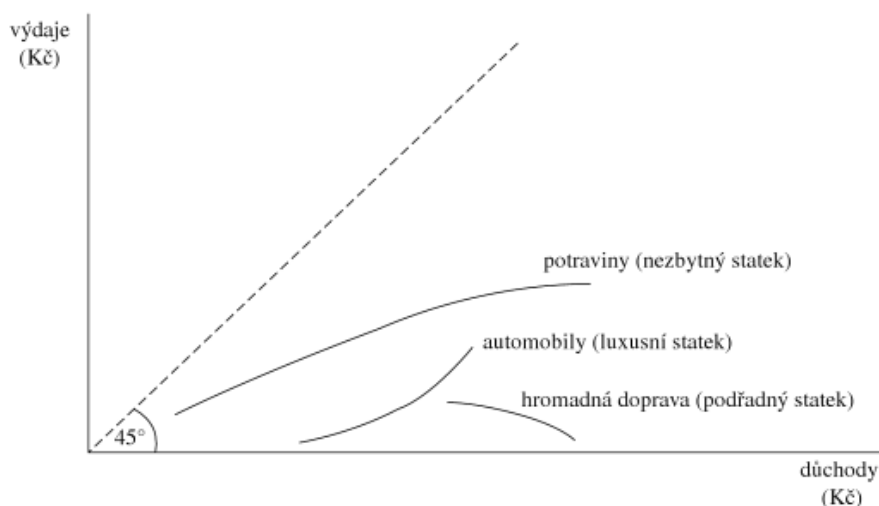
nízkorozpočtové spotřebitele, kteří si nemohou dovolit jeho lepší variantu v podobě dražšího substitutu. Příkladem méněcenného statku může být například voda z vodovodu, podřadné víno a levné potraviny (Heissler, Valenčík, Wawrosz, 2010).



Obr. 7 Tvar Engelovy křivky v závislosti na typu statku

Zdroj: Janíčko, Elasticity poptávky a nabídky, 2014, str. 21

Engelovy křivky nejsou v ekonomické praxi příliš využitelné. Zejména ve statistice se pracuje s obsáhlejšími skupinami statků, proto se zde častěji využívá Engelova výdajová křivka (ECC), která znázorňuje závislost velikosti výdajů vynaložených na určitou skupinu statků při změnách důchodu. Horní hranici výdajů tvoří přímka pod úhlem 45°, na vodorovné ose je zaznamenán důchod a na svislé ose jsou vyneseny výdaje (Holman, 2007). Engelovy výdajové křivky pro tři soubory statků jsou znázorněny na Obr. 8.



Obr. 8 Engelovy výdajové křivky

Zdroj: Holman, Mikroekonomie: středně pokročilý kurz, 2007, str. 77

Nezbytným statkem jsou potraviny, spotřebovávané množství roste pomaleji než důchod. ECC je pro nezbytné statky rostoucí, ale vzdaluje se od osy 45° , znamená to, že podíl na celkových výdajích s růstem důchodu klesá. Automobily jsou statkem luxusním, tudíž spotřebovávané množství roste rychleji než důchod. ECC je rostoucí a přibližuje se k ose 45° , protože podíl na celkových výdajích s růstem důchodu roste. Méněcenným statkem je hromadná doprava, proto spotřebovávané množství s růstem důchodu klesá. ECC je klesající a vzdaluje se od osy 45° , podíl na celkových výdajích s růstem důchodu klesá (Kraft, Bednářová, Kocourek, 2013).

Co bylo dříve považováno jako luxusní statek, stává se v dnešní době statkem nezbytným, příkladem může být telefon, lednice nebo televize. Kdysi byly některé statky posuzovány jako normální, postupem času jsou však vnímané jako podřadné, například hromadná doprava (Holman, 2007).

3.6.2 Rozhodování v podmínkách rizika

I když spotřebitelé získávají a následně porovnávají informace o jednotlivých alternativách a užitečích z nich plynoucích, velmi často se rozhodují bez dostatečných informací. Nemůžeme tedy mluvit o podmínkách jistoty, kdy neexistuje riziko a každé rozhodnutí má předem známé důsledky. Ve skutečnosti žijeme ve světě nejistoty, ve kterém neustále podstupujeme různá rizika (Hořejší a kol., 2010).

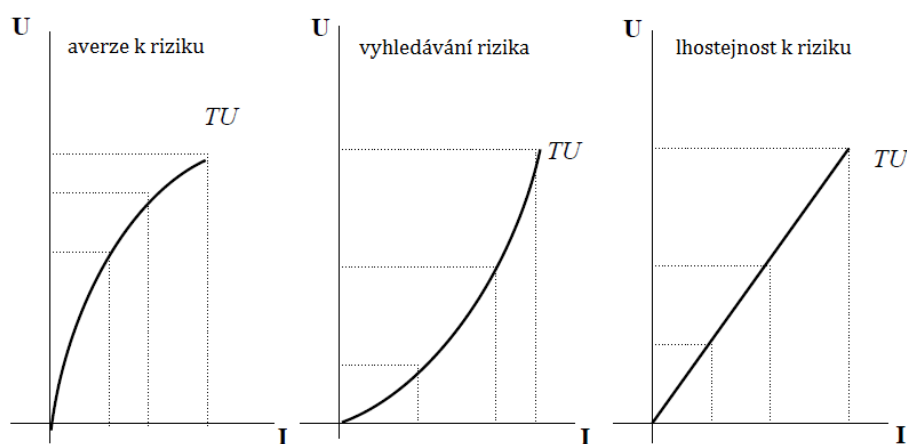
Zná-li spotřebitel důsledky svých rozhodnutí, ale nezná jejich pravděpodobnosti, popřípadě nezná-li všechny možné důsledky svých rozhodnutí, pohybuje se v podmínkách nejistoty. Pokud jsou spotřebiteli známy pravděpodobnosti, s jakými jednotlivé situace v budoucnosti nastanou, rozhoduje se v podmínkách rizika. Při rozhodování v podmínkách rizika se využívají objektivní a subjektivní pravděpodobnosti. Subjektivní pravděpodobnost je založena na lidských znalostech a zkušenostech, které jsou u každého jiné, proto u všech lidí nedochází ke stejným rozhodnutím. Objektivní pravděpodobnost je odvozena z frekvence, s kterou jednotlivé situace nastávají, či z empirických údajů. Klasickým případem jsou pojišťovny, které na základě empirických údajů získávají pravděpodobnosti určitých událostí, například pravděpodobnost výskytu povodní v dané lokalitě (Holman, 2007).

Jedním z důležitých faktorů je vnímání rizika. Každý přistupuje k riziku jinak, většina lidí obvykle nechce riskovat, ale najdou se i tací, kteří riziko záměrně vyhledávají. Při svém rozhodování, zda riskovat, spotřebitel porovnává užitek, který může získat, s užitekem, který může ztratit. Vnímání rizika je vyjádřeno tvarem funkce užitku a pro každého jedince je funkce užitku subjektivní (Heissler, Valenčík, Wawrosz, 2010). Na Obr. 9 jsou zaznamenány jednotlivé přístupy k riziku.

- **Averze k riziku** – pravděpodobnost, že nastane nejvyšší možný výsledek riskantní alternativy, musí být poměrně vysoká. Spotřebitel je pak v tomto případě indiferentní mezi jistou a riskantní alternativou. Funkce užitku je konkávní, užitek roste pomaleji než důchod spotřebitele.
- **Vyhledávání rizika** – spotřebitel, který riziko vyhledává, je ochoten podstoupit velké riziko. Pravděpodobnost, že nastane nejvyšší možný výsledek riziko-

vé alternativy, může být poměrně nízká. Funkce užitku je konvexní, užitek roste rychleji než důchod spotřebitele.

- **Lhostejnost k riziku** – spotřebitel má v tomto případě neutrální vztah k riziku, nedokáže se rozhodnout mezi jistou a rizikovou alternativou. Funkce užitku je lineární, s růstem důchodu roste ve stejném poměru i užitek (Hořejší a kol., 2010).



Obr. 9 Celkový užitek u jednotlivých přístupů k riziku
 Zdroj: Hořejší a kol., Mikroekonomie, 2010, str. 135

Lidé s odmítavým vztahem k riziku se riziko snaží nejrůznějšími způsoby eliminovat. Nejčastěji využívají pojištění, které pro ně představuje zachování příjmů a jistotu do budoucna. Pojištění se lidem vyplatí, pokud náklady spojené s pojištěním nepřevyší očekávanou ztrátu v situaci rizika. Jakousi formu pojištění proti riziku představují také záruky od výrobců. Spotřebitelé jsou ochotni zaplatit vyšší cenu za produkt se zárukou, nebo si dokonce za delší záruční lhůtu připlatit. Dalším využívaným způsobem ke snížení rizika je rozložení rizika. Zásadní podmínkou u diverzifikace je rozložit bohatství mezi aktiva, která na sobě nejsou závislá (Holman, 2007).

Podle výzkumu OECD byl zjišťován postoj k riziku v jednotlivých zemích. Pouze Česká republika se svými výsledky výrazně odlišovala od jiných zemí, averze k riziku zde velmi převažuje nad neutrálním či pozitivním přístupem k riziku. Lidé v ČR se bojí investovat, proto častěji oproti ostatním zemím využívají spíše konzervativnější produkty. Naopak v Arménii a Polsku mají lidé při spoření a investování větší sklon k riziku⁵ (Atkinson, Messy, 2012).

⁵ Výzkum byl proveden v roce 2010 – 2011 ve 14 zemích na 4 kontinentech (Albánie, Arménie, Britské panenské ostrovy, Česká republika, Estonsko, Irsko, Jihoafrická republika, Maďarsko, Malajsie, Německo, Norsko, Peru, Polsko a Velká Británie).

3.6.3 Sklon k úsporám

Klíma (2004) definuje úspory jako část disponibilního důchodu, která nebyla vynaložena na spotřebu. S vyšším důchodem jsou lidé ochotni více spořit. Napřed uspokojují nejzákladnější potřeby, poté přechází k uspokojení nadstandardních potřeb a zbytek nevynaloženého důchodu tvoří úspory.

Mezní sklon k úsporám vyjadřuje změnu v úsporách při změně disponibilního důchodu o jednotku. V případě dočasné změny disponibilního důchodu dochází k výrazné změně mezního sklonu k úsporám, protože lidé úroveň své spotřeby příliš nenavýší. Naopak při trvalé změně důchodu se mezní sklon k úsporám tak výrazně nezmění, jelikož spotřebitelé natrvalo mění svou spotřebu (Jurečka, 2013).

Míra úspor se v průběhu let mění. Podle výzkumů McCullyho (2011) v americké ekonomice byly od roku 1959–2009 dva trendy. V první fázi v letech 1959–1982 míra úspor narůstala až na 10,9 %. Lidé si tedy v roce 1982 uložili do úspor v průměru téměř 11 % disponibilního důchodu. Od tohoto roku až do roku 2007 míra úspor postupně klesala. V roce 2005 dosáhla svého minima na hodnotě 1,4 %, v roce 2007 už měla o dva procentní body více a během recese v letech 2008 a 2009 se vyšplhala až na 5,9 %.

3.7 Finanční systém

Ekonomické subjekty musí v každé ekonomice čelit různým situacím. Jednou z nich je nedostatek peněžních prostředků ke zrealizování svých potřeb či zamýšlených koupí, naopak na druhé straně jde o nevyužité přebytky. Nedostatek financí postihuje všechny hospodářské subjekty, ať už se jedná o jedince, domácnosti, firmy či stát, a právě existence finančního systému je při řešení tohoto problému klíčová (Rejnuš, 2014).

3.7.1 Charakteristika finančního systému a jeho funkce

Finanční systém zahrnuje finanční trhy, jednotlivé finanční instituce a zprostředkovatele, ekonomické subjekty, zákony a regulace, využívané finanční nástroje a techniky, díky kterým jsou uskutečňovány jakékoliv finanční transakce. Všechny tyto prvky slouží ke správnému fungování celého systému. Finanční systém představuje mechanismus, jehož prostřednictvím dochází k přemísťování dočasně volných fondů od subjektů spořících, pro které jsou přebytky momentálně nepotřebné, k deficitním půjčujícím subjektům, které je dokáží efektivněji využít (Revenda a kol., 2012).

Finanční trhy výrazně ovlivňují nejenom bohatství domácností a firem, ale taktéž působí na jejich spotřební chování. Pokud finanční systém i se všemi jeho prvky správně funguje, způsobuje ekonomický růst, v opačném případě má negativní vliv na ekonomiku. Nejenom že ji může výrazně oslabit a přispět zejména v době krize k ještě většímu propadu a oslabení dalších sektorů ekonomiky, ale dokonce může vést i ke globální krizi (Pavlát, 2013).

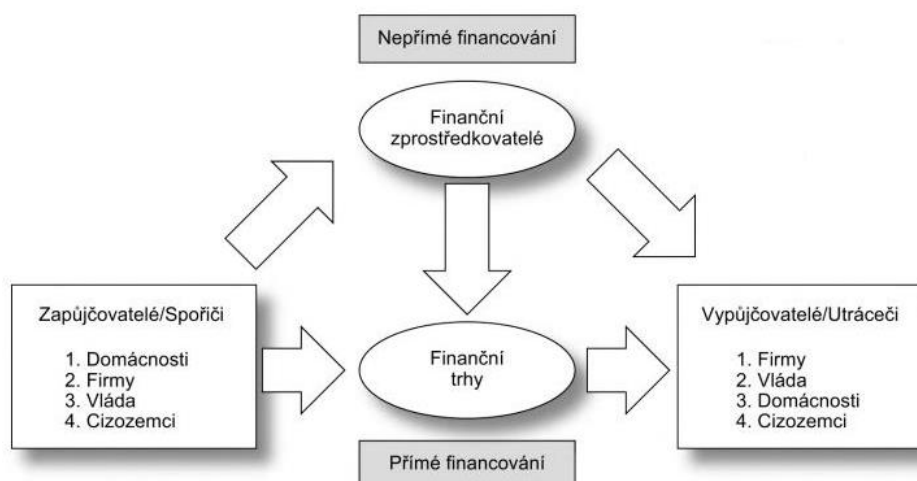
Správně fungující systém zabezpečuje sedm základních funkcí:

- **Depozitní funkce** – zajišťuje akumulaci peněžních prostředků, které posléze poslouží k investicím a jiným výdajům domácností, firem a státu, řadíme zde ukládání úspor v podobě bankovních vkladů.
- **Kreditní funkce** – umožňuje zapůjčování volných peněžních prostředků pro ty, kteří jich mají nedostatek, slouží k financování spotřeby a investičních výdajů, například bankovní úvěry a půjčky.
- **Funkce uchování bohatství** – umožňuje uchování kupní síly peněžních prostředků, vliv inflace je tudíž minimalizován (Rejnuš, 2014).
- **Funkce likvidity** – zajišťuje možnost rychle přeměnit jednotlivé formy finančních aktiv na hotovost. Nelikvidní aktiva (například ve formě cenných papírů) je možno bez velkého rizika v případě potřeby vyměnit za hotové peníze. Peníze mají v podstatě v porovnání s ostatními druhy finančních instrumentů nulovou výnosnost, zato je spotřebiteli zaručena okamžitá likvidita.
- **Funkce ochrany proti riziku** – zprostředkovává ochranu proti různým rizikům za pomoci využití pojistných smluv (osobní a majetkové pojištění), dále slouží k diverzifikaci portfolia, kdy je portfolio sestaveno tak, aby eliminovalo riziko poklesů cen jednotlivých aktiv, nebo může jít o využívání termínových obchodů (Claus, Jacobsen, Jera, 2004).
- **Funkce platební** – zabezpečuje dynamiku finančního systému, jedná se o mechanismus, který umožňuje provádět platby za nákup zboží a služeb (bezhotovostní platby), denně je tak realizováno přes milión peněžních převodů.
- **Funkce politická** – zajišťuje nezbytný chod jednotlivých ekonomických procesů v každém státě, díky této funkci vláda dokáže prosazovat své hospodářské plány, které vychází z její alokační, distribuční a stabilizační politiky (Rejnuš, 2014).

V souvislosti s financováním ekonomických subjektů rozlišujeme tři způsoby financování, které jsou zobrazeny na Obr. 10. Jedná se o přímé financování, kdy jsou transfery prováděny prostřednictvím finančních trhů, dále nepřímé financování, které je zajišťováno pomocí finančních zprostředkovatelů, a kombinace předchozích dvou způsobů představuje financování polopřímé (Černohorský, Teplý, 2011).

Dohled nad finančním trhem v České republice vykonává Česká národní banka (dále jen ČNB).⁶ Jejím úkolem je kontrolovat finanční instituce, regulovat vstup do odvětví a stanovovat pravidla, tak aby byla zajištěna stabilita finančního systému. ČNB je také součástí Evropského systému centrálních bank. Český finanční systém jakožto součást Evropské unie podléhá evropskému dohledovému právu a evropským orgánům dohledu (ČNB, 2015).

⁶ Podle zákona č. 6/1993 Sb., o České národní bance.



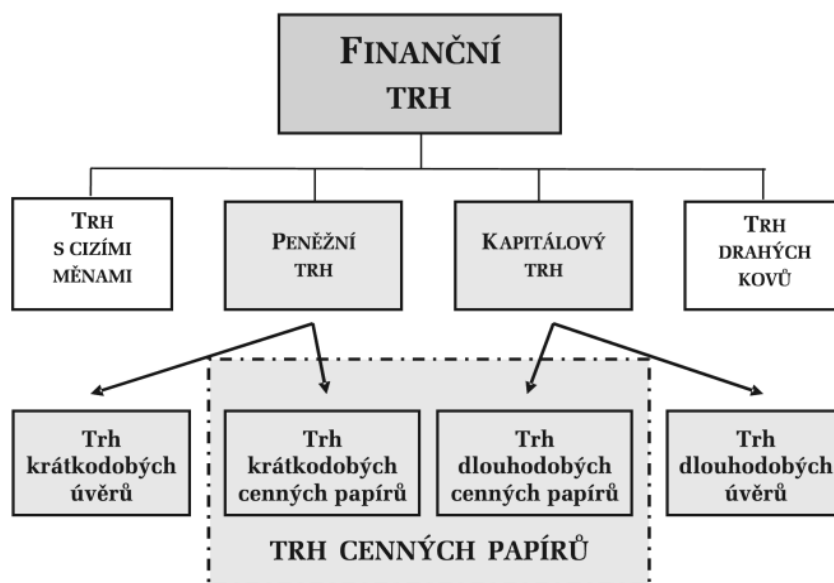
Obr. 10 Přímé a nepřímé financování
Zdroj: Černoهورský, Teplý, Základy financí, 2011, str. 136

3.7.2 Finanční trhy

Jednou ze základních složek finančního systému jsou finanční trhy, které můžeme podle Revendy (2012, str. 71) definovat jako „*system institucí zabezpečující pohyb peněz a kapitálu prostřednictvím různých finančních instrumentů mezi ekonomickými subjekty na základě nabídky a poptávky.*“ Finanční trhy můžeme rozčlenit podle různých hledisek, například podle typů instrumentů, jejich obchodovatelnosti, podle doby splatnosti jednotlivých instrumentů, či podle organizace a rozvinutosti trhů (Černoهورský, Teplý, 2011).

Nejčastěji se finanční trhy klasifikují především na peněžní a kapitálové trhy, a jak vyplývá z Obr. 11, jsou zde zařazeny i specifické trhy – s cizími měnami a drahými kovy. *Peněžní trh* je charakteristický svou krátkodobostí, jeho součástí je trh s krátkodobými úvěry a trh krátkodobých cenných papírů (dluhopisy, směnky, pokladniční poukázky) s dobou splatnosti do jednoho roku. Pro instrumenty na peněžním trhu je typické menší riziko s nižším výnosem a celkem vysokou likviditou. *Kapitálový trh* se dělí na trh s dlouhodobými úvěry a dlouhodobými finančními nástroji (akcie, obligace) s dobou splatnosti delší než jeden rok. Dlouhodobý charakter se odráží především ve vyšší rizikovosti, vyšších výnosech a velkých objemech investovaných prostředků. Dlouhodobé úvěry bývají obvykle zaručeny majetkem, většinou nemovitostmi (Rejnuš, 2014).

Podle Revendy (2012) jsou krátkodobé a dlouhodobé úvěry mezi věřiteli a dlužníky sjednávány na *úvěrovém trhu*. Jsou zde řazeny i úvěrové obchody spadající mimo peněžní a kapitálový trh. *Trh s cizími měnami* se dále dělí na trhy devízové, kde se obchoduje s bezhotovostními formami cizích měn, čímž dochází k tvorbě kurzů, a valutové trhy, které kurzotvorný význam postrádají, obchoduje se zde s hotovostními formami cizích měn. Na *trhu drahých kovů* lze investovat do zlata a dalších drahých kovů (Rejnuš, 2014).



Obr. 11 Členění finančních trhů podle druhů finančních instrumentů a jejich splatnosti
Zdroj: Rejnuš, Finanční trhy, 2014, str. 39

3.7.3 Finanční zprostředkovatelé

Finanční zprostředkovatelé se specializují na vytváření finančních instrumentů, díky obchodu s nimi umožňují přesun volných finančních zdrojů mezi účastníky na trhu. V dnešní době existuje nesčetné množství takovýchto zprostředkovatelů, což je v první řadě způsobeno hlavně velkým množstvím různých požadavků jednotlivých subjektů, které je potřeba uspokojit, a v druhé dynamickým rozvojem a globalizací finančního sektoru (Polouček a kol., 2009).

Zprostředkovatele můžeme podle jejich charakteru rozřadit do čtyř základních skupin na depozitní instituce, smluvně spořicí instituce, investiční zprostředkovatele a nebankovní subjekty. Jednotliví finanční zprostředkovatelé a široká škála poskytovaných produktů, které domácnosti nejčastěji využívají, jsou uvedeny v příloze v části A až C.

3.7.4 Finanční poradenství

V dnešní době lidé velmi často využívají služeb finančního poradenství. Finančním poradenstvím rozumíme služby poradenských subjektů, které svým klientům poskytují rady a informace v oblasti osobních financí. Finanční poradce můžeme rozdělit do dvou skupin, buď se jedná o poradce zastupující nějakou finanční instituci (finanční zprostředkovatel), nebo jde o poradce zastupující klienta (Oškrdalová, 2009).

V České republice převažuje systém odměňování poradce v podobě provizí za uskutečněný obchod. Negativem u tohoto typu odměňování je tendence k nižší produktivitě práce, střetávají se zde ekonomické zájmy poradce s osobními zájmy klienta. Poradce může nabízet nevhodné produkty, ze kterých plyne vyšší provize,

ale pro klienta jsou zcela nevhodné. Druhým typem je placené poradenství, kdy ke střetu zájmů nedochází. Jelikož je finanční poradce plně placen klientem, není odkázán na výši provize a snaží se sestavit takový finanční plán, který je pro klienta nejvhodnější. Negativem je však vysoká cena těchto služeb (Zachrdla, 2004).

3.7.5 Finanční gramotnost

Pojem finanční gramotnost můžeme definovat jako soubor znalostí, schopností a chování, díky kterým se člověk dokáže orientovat ve světě financí, co je důležitější, dokáže díky nim se svými finančními prostředky správně nakládat. Finančně gramotný jedinec by měl znát základní pojmy, orientovat se ve finančních produktech, znát svá práva jako spotřebitele, měl by správně hospodařit s penězi a být připraven na případnou ztrátu příjmu (MFČR, 2010).

Špatná úroveň finanční gramotnosti je mezinárodním problémem, vyskytuje se hlavně v zemích, ve kterých není funkční finanční vzdělávání a finanční služby v nich nemají tak dlouho tradici jako v jiných zemích. Co se týče finanční gramotnosti v České republice, je stále co zlepšovat. V této oblasti se již dlouhodobě angažuje ČNB. Podporuje především základní a střední školy, podporuje finanční vzdělávání v regionech a snaží se i o osvětu mezi seniory na univerzitách třetího věku. Banky věnují pozornost především mládeži, seniorům a znevýhodněným skupinám. I přes všechny aktivity ČNB a bank je finanční gramotnost České republiky na nižší úrovni. Je proto nezbytné navázat úzkou spoluprací mezi školami, finančními institucemi a neziskovými organizacemi (ČNB, 2015).

Tannahill (2012) se ve svém článku zabývá finanční gramotností v závislosti na věku. Rozhodnutí člověka o různých variantách investic je ovlivněno jeho analytickými schopnostmi a zkušenostmi. Zatímco analytické schopnosti podle studií s věkem lineárně klesají, zkušenosti naopak rostou. Zda je tedy celkový efekt rostoucí, záleží na zkušenostech, jestli rostou rychleji, než analytické schopnosti klesají. Do určitého věku zkušenosti narůstají rychle, a proto je celková finanční gramotnost rostoucí. Po překročení hranice začne finanční gramotnost upadat, kvůli klesajícím analytickým schopnostem ve stáří. Dle další studie dochází ke konstantnímu 2 % poklesu finanční gramotnosti u lidí ve věku nad šedesát let. V mladém věku je množství špatných finančních rozhodnutí velké, avšak se vzrůstajícím věkem se počet chyb snižuje až do stáří, kdy chyby začnou opět narůstat. Finanční poradci a prodejci finančních produktů musí s ohledem na měnící se finanční gramotnost s věkem přistupovat ke klientům různého stáří odlišně.

4 Metodika práce

Vlastní práce vychází z orientační analýzy sekundárních dat a kvalitativního výzkumu. V první řadě je důležité zhodnotit současnou situaci za pomoci sekundárních dat, které jsou zaměřeny na vývoj domácností, spotřeby domácností, jejich příjmů a životní úrovně. Dále budou rozebírány prvky finančního trhu, a to především úspory a zadluženost domácností. Použity budou také již získaná data týkající se finanční gramotnosti obyvatel České republiky. Informace jsou čerpány především ze zdrojů Českého statistického úřadu a Ministerstva financí České republiky.

Vlastní práce bude vycházet z příjmového a výdajového deníkového šetření. Každá domácnost si během jednoho měsíce povede svůj výdajový a příjmový deník, kam bude zaznamenávat své příjmy a jednotlivé výdaje podle účelu – výdaje na potraviny, drogerii, léky a zdraví, odívání, nájemné, energie na bydlení (inkaso), pojištění a spoření, splátky. U výdajů typu služby (kadeřník, kosmetika, hromadná doprava), volný čas (sport, kultura, restaurace) a ostatní výdaje budou domácnosti přesně uvádět, na co byla daná částka vynaložena. Na konci měsíce domácnosti zjistí, zda jejich dosažené příjmy vystačily na pokrytí všech vynaložených prostředků. Příjmové a výdajové deníky budou doplněny hloubkovými řízenými rozhovory. Hlavním důvodem jejich využití je to, že každá domácnost má odlišné spotřební chování, cílem je tedy co nejlépe pochopit spotřební chování jednotlivých domácností a faktory, které je při tomto chování nejvíce ovlivňují. Dotazování bude probíhat formou strukturovaného rozhovoru a zúčastní se ho všechny domácnosti, které si povedou příjmové a výdajové deníky. Strukturované rozhovory budou probíhat po provedení deníkového šetření a budou zaměřeny na tři oblasti:

1. *Spotřební chování domácností*

- faktory ovlivňující nákupní rozhodování a samotný nákup,
- za co jsou domácnosti ochotny utracet, za co naopak utracet nechtějí,
- v jakém období mívají nejvyšší výdaje,
- zda za poslední roky došlo ke změně struktury spotřeby domácnosti,
- jakým způsobem finanční krize ovlivnila spotřebu,
- jaký je obvyklý typ nákupního rozhodování v domácnosti,
- struktura příjmů domácnosti,
- jak by se změnila struktura spotřeby při výrazném snížení příjmu.

2. *Spoření a půjčky*

- jestli domácnosti dokáží nějaké prostředky ušetřit a z jakého důvodu tak činí,
- kam ušetřené prostředky ukládají a podle čeho se rozhodují,
- jestli si spoří na důchod, jakým způsobem,
- jestli využívají půjčky, o jakou půjčku se jednalo,

- podle jakých informací se rozhodují při výběru půjčky,
- zda využívají služeb finančního poradce.

3. *Finanční gramotnost*

- jestli si vedou domácí rozpočet nebo zda mají vůbec přehled o svých výdajích,
- zda se během studia setkali s finanční matematikou,
- zda mají základní představu o finančních institucích a jejich produktech,
- zda při výběru půjčky dokáží odlišit důležité informace od těch nedůležitých,
- jak se orientují ve finančních termínech a pojmech,
- jestli jsou informace poskytované finančními institucemi srozumitelné.

Všechny získané data, jak z příjmových a výdajových deníků, tak z hloubkových rozhovorů, budou využita ke zjištění struktury spotřeby a spotřebních preferencí domácností, dále budou analyzovány spořicí návyky domácností a jejich případné využívání úvěrů, v poslední řadě budou data využita ke zkoumání finanční gramotnosti domácností. K vyhodnocení příjmových a výdajových deníků bude použit program Microsoft Excel 2010. Pomocí tohoto programu budou vypočítány celkové příjmy a výdaje u každé domácnosti, u jednotlivých výdajů podle účelu (potravin, drogerie, atd.) pak bude přesně vyčíslena jejich výše v Kč a procentní podíl na celkových vydáních dané domácnosti. K vyhodnocení získaných dat z hloubkových rozhovorů byly využity principy obsahové analýzy. Zejména na základě hloubkových rozhovorů budou získány informace potřebné k provedení závěrů a doporučení pro instituce působících na finančních trzích.

4.1 **Specifikace vybraných domácností**

Domácnosti byly vybírány na základě různých charakteristik. Důležitou roli hrál typ domácnosti a její složení. Aby byl vzorek co nejroznorodější, zvoleny byly domácnosti z různých krajů, měst či vesnic. Celkově se výzkumu mělo účastnit 20 domácností. Avšak kvůli špatné komunikaci s některými z nich, je konečný vzorek tvořen 18 domácnostmi. Příjmové a výdajové deníky si domácnosti vedly v období od 15. září do 14. října. Před započítáním vyplňování bylo každé domácnosti vysvětleno, jakým způsobem má vyplňování deníku probíhat. V případě určitých nesrovnalostí byly domácnosti kontaktovány a nesrovnalosti byly objasněny.

Hloubkové rozhovory byly provedeny u všech zkoumaných domácností, dotazování probíhalo formou strukturovaného rozhovoru v období od 6. do 10. listopadu. Jelikož jsou zkoumané domácnosti rozšířeny po celé republice, nemohly být všechny rozhovory provedeny osobně, s některými domácnostmi byl proto veden video rozhovor s využitím internetového programu Skype. Všechny strukturované rozhovory byly provedeny v délce trvání od 30–45 minut.

Domácnosti byly rozděleny podle typu do různých skupin. Hlavním důvodem rozdělení do skupin byla lepší přehlednost při zpracování údajů a také lepší schopnost poukázat na jednotlivé rozdíly mezi skupinami.

Domácnosti byly rozděleny do těchto skupin:

1. Domácnosti mladých pracujících lidí (po škole nebo studujících při práci).
2. Domácnosti mladých rodin s malými dětmi.
3. Domácnosti matek samoživitelek.
4. Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku.
5. Domácnosti seniorů.

Bližší charakteristika vybraných domácností je upřesněna v následující tabulce.

Tab. 2 Charakteristika vzorku domácností

Typ domácnosti	Složení domácnosti	Bydliště domácnosti (kraj, obec)	Nejvyšší dokončené vzdělání	
Mladí pracující lidé	A	1 pracující studentka	Jihomoravský (město)	VŠ
	B	2 pracující studenti	Jihomoravský (město)	SŠ s maturitou
	C	2 pracující	Praha (město)	SŠ s maturitou
	D	1 pracující + 1 nezaměstnaná	Jihomoravský (město)	SŠ s maturitou
	E	1 OSVČ + 1 pracující	Zlínský (vesnice)	VŠ
Mladé rodiny s malými dětmi	F	2 dospělí + 3 děti (školka, batole)	Praha (město)	VŠ
	G	2 dospělí + 2 děti (školka, batole)	Moravskoslezský (město)	SŠ s maturitou
	H	2 dospělí + 1 dítě (batole)	Olomoucký (vesnice)	SŠ s maturitou
Matky samoživitelky	I	1 dospělý + 1 dítě (ZŠ)	Praha (město)	SŠ s maturitou
	J	1 dospělý + 2 děti (ZŠ, školka)	Jihočeský (vesnice)	SŠ bez maturity
Hlava rodiny ve středním věku	K	2 dospělí + 3 děti (SŠ, VŠ, VŠ)	Jihomoravský (město)	VŠ
	L	2 dospělí + 1 dítě (SŠ)	Praha (vesnice)	SŠ s maturitou
	M	2 dospělí + 1 dítě (ZŠ)	Východočeský (město)	SŠ s maturitou
	N	2 dospělí + 1 dítě (VŠ)	Zlínský (vesnice)	SŠ bez maturity
Senioři	O	1 seniorka	Olomoucký (vesnice)	ZŠ
	P	1 senior	Východočeský (město)	ZŠ
	Q	1 seniorka	Jihomoravský (město)	SŠ bez maturity
	R	2 senioři	Zlínský (vesnice)	SŠ s maturitou

Zdroj: Hlubkové rozhovory, n = 18, 6. až 10. listopadu

Ukázka příjmového a výdajového deníku je zobrazena v příloze v části D, přepis rozhovoru je uveden v příloze v části E.

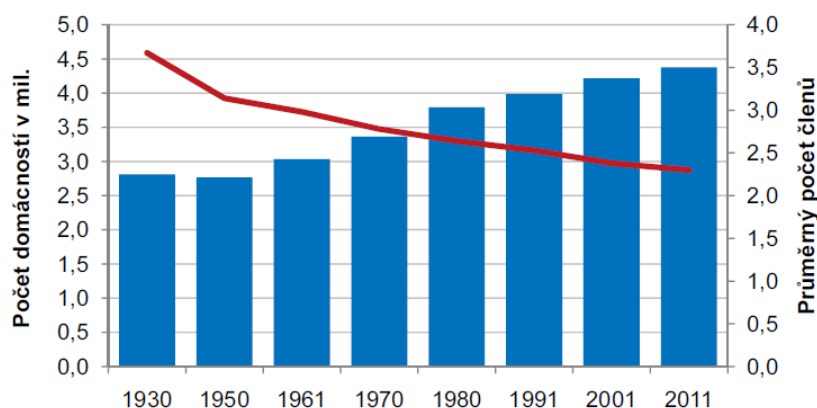
5 Vlastní práce

5.1 Orientační analýza

Sekundární data pochází z již provedených výzkumů a statistik v oblasti vývoje domácností, jejich příjmů, struktury spotřeby a úspor, zadluženosti a finanční gramotnosti. Jsou zde zmíněny i aktuality ve vývoji penzijního systému.

5.1.1 Vývoj domácností v ČR

Počet domácností se během padesáti let navýšil o více než 1,3 milionu, naopak průměrná velikost domácnosti se zmenšuje. V roce 1961 byla domácnost tvořena v průměru 3 členy, v roce 2011 průměrný počet poklesl na 2,3 členy. Odlišnosti jsou patrné i u různě velkých měst. Ve velkých městech (nad 100 tis. obyvatel) se průměrná velikost domácnosti pohybuje kolem 2,1 osob, zatímco u menších obcí (do 2 tis. obyvatel) jsou domácnosti tvořeny v průměru 2,6 členy (ČSÚ, 2013). Vývoj počtu domácností je znázorněn na obr. 12, červená přímka představuje vývoj průměrného počtu členů na domácnost.



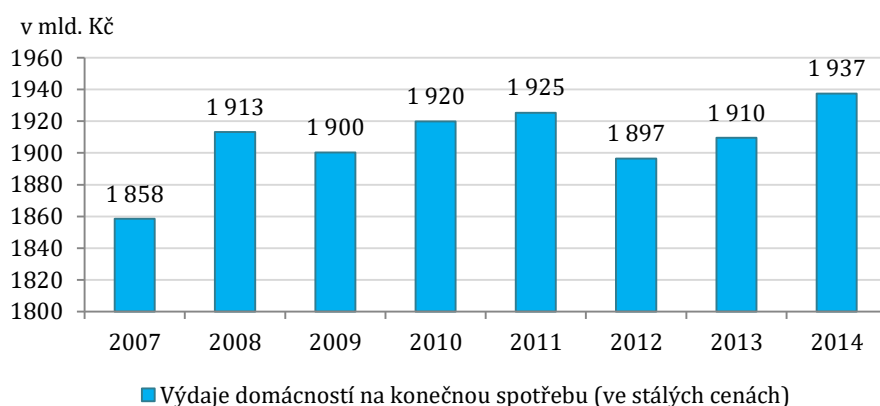
Obr. 12 Vývoj počtu domácností a průměrného počtu členů v letech 1930–2011
Zdroj: ČSÚ, Prezentace z tiskové konference o složení domácností v ČR, 2013, str. 4

Na zmenšování má vliv především změna struktury domácností v ČR. Úplné rodiny zaujímají 49% podíl, neúplné rodiny 13,5 % a 5 % zastupují vícečlenné nerodinné domácnosti. Nejrychleji přibývá domácností jednotlivců (32,5 %), které mají největší zastoupení obzvláště ve velkých městech. Celkový počet domácností důchodců v roce 2011 dosáhl 1 069 505, téměř čtvrtinu z nich tvoří ovdovělé ženy (ČSÚ, 2013). Další informace o vývoji domácností v ČR jsou uvedeny v příloze v části F.

5.1.2 Spotřeba domácností

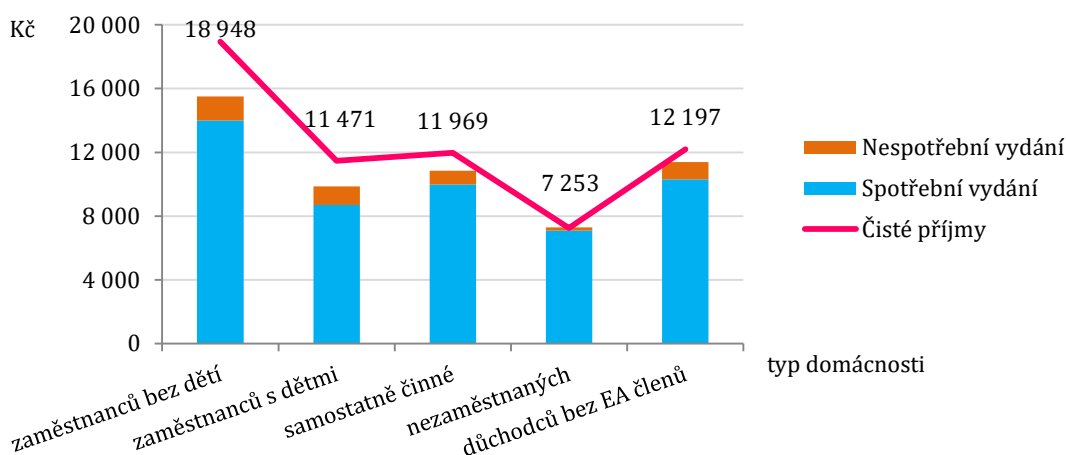
Výdaje domácností patří k jedné z nejstabilnějších složek, která působí na výkonost ekonomiky. Výdaje se odvíjí od disponibilního důchodu domácností, který nepodléhá tak velkým vlivům jako HDP. Spotřeba nezávisí pouze na charakteru

domácnosti, ale z části je ovlivňována i hospodářským cyklem. Z obr. 13 vyplývá, že výdaje domácností poklesly v době propadu ekonomiky. Meziroční růst výdajů domácností na konečnou spotřebu po roce 2009 byl skromný, protože nominální růst disponibilního důchodu byl velmi nízký. Podle výzkumu Barometr Cetelem (2015) české domácnosti nakupují méně než před krizí, tento trend byl potvrzen také v jiných zemích EU. Největší vliv na omezení spotřeby má špatná finanční situace a nejistota zaměstnání. Na druhou stranu, existují také faktory přispívající k tomu, že některé domácnosti (19 %) utrácejí více než před lety, například změna výrobků (zejména novinky a inovace u digitálních technologií), lepší dostupnost prodejen a změna rodinného stavu. V současnosti výdaje postupně vzrůstají a ekonomika se dostává do fáze oživení (ČSÚ, 2012).



Obr. 13 Vývoj výdajů domácností na konečnou spotřebu v národním pojetí
Zdroj: ČSÚ, Časové řady výdajů na konečnou spotřebu domácností, 2015

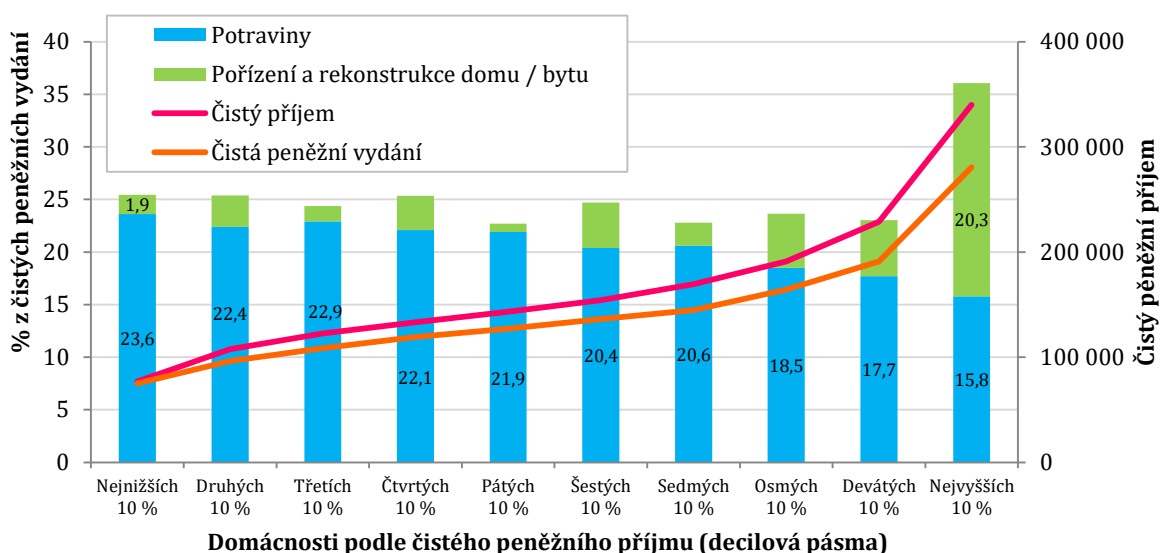
Každá domácnost má odlišný příjem a strukturu výdajů, na obr. 14 jsou zaznamenány spotřební i nespotební výdaje a čisté příjmy na osobu v různých typech domácností.



Obr. 14 Průměrné měsíční příjmy a vydání na osobu v různých typech domácností v roce 2014
Zdroj: ČSÚ, Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů, 2015

Jak si můžeme všimnout, nejnižší vydání mají domácnosti nezaměstnaných, jsou totiž omezeny nízkým měsíčním příjmem, který mnohdy na pokrytí všech výdajů nestačí. Domácnosti důchodců bez EA (ekonomicky aktivních) členů mají vyšší vydání na osobu než domácnosti zaměstnanců s dětmi. Nejlépe jsou na tom domácnosti zaměstnanců bez dětí, jejich měsíční příjmy vysoce převyšují měsíční vydání.

Jak vyplývá z obr. 15, čím vyšší příjem má domácnost k dispozici, tím více se také mění struktura jejich výdajů. U domácností s vyššími příjmy se především snižuje zastoupení výdajů na nezbytné statky, zatímco u domácností s nízkými příjmy tvoří nezbytné výdaje významnou část celkových výdajů. Domácnosti s vyššími příjmy mají vyšší investiční výdaje (například na pořízení nebo rekonstrukci domu či bytu), naproti tomu u domácností s nízkými příjmy jsou investiční výdaje minimální. Rozdíl je patrný i ve velikosti ušetřených prostředků, kdy s vyšším příjmem domácnosti více ušetří.

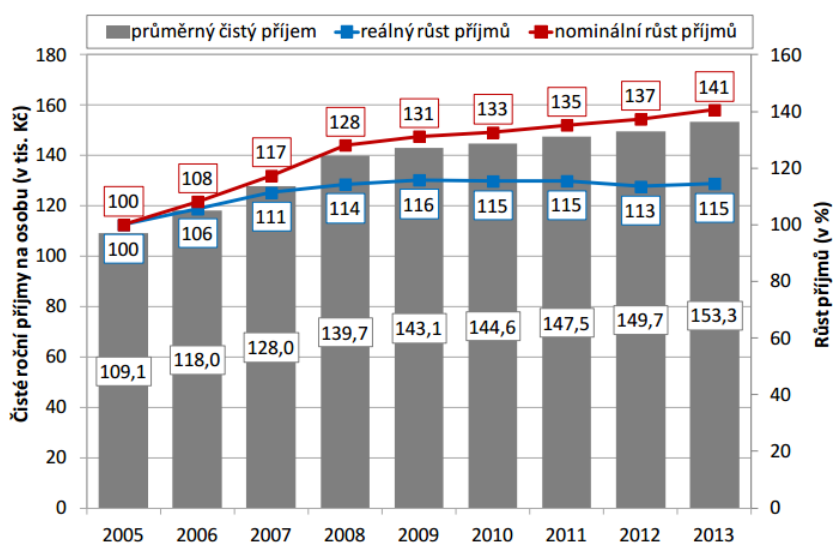


Obr. 15 Podíl vybraných výdajů domácností na výši čistého ročního příjmu na osobu v roce 2014
Zdroj: ČSÚ, Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů, 2015

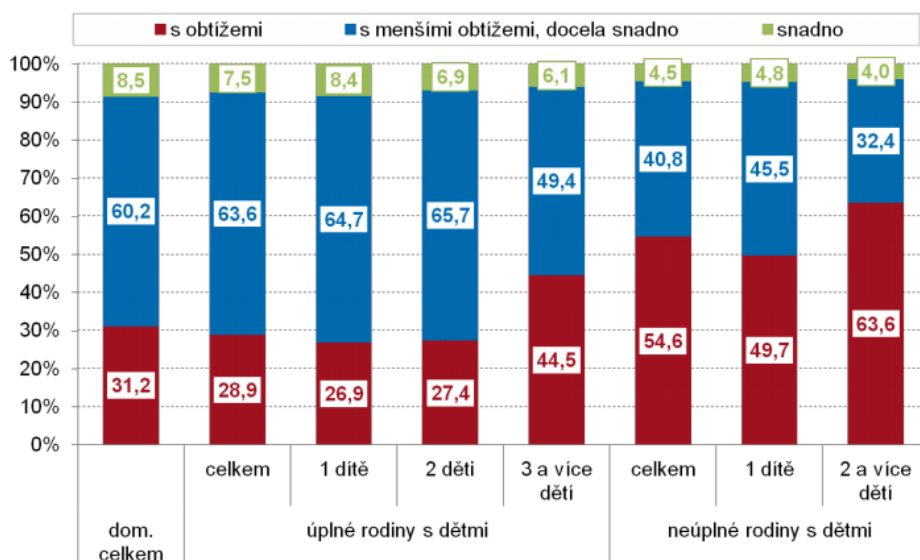
Podle šetření EU-SILC se průměrný čistý peněžní měsíční příjem domácnosti v roce 2013 ustálil na 12 775 Kč/osobu (medián 12 083 Kč).⁷ Jak vyplývá z obr. 16, v roce 2013 rostly nominální příjmy a byl zaznamenán také růst reálných příjmů, které více odrážejí situaci domácností, protože jsou očištěny o inflaci. K největšímu vzrůstu došlo u domácností zaměstnanců a samostatně výdělečně činných, nižší růst byl zaznamenán u domácností důchodců bez ekonomicky aktivních členů. Další údaje o spotřebě a výdajích domácností jsou uvedeny v příloze v části G.

Podle subjektivního pohledu domácností složených z rodin s dětmi vycházely se svými příjmy nejhůř neúplné rodiny s dětmi a také úplné rodiny se třemi a více dětmi. Nejlépe na tom byly úplné rodiny s jedním dítětem (ČSÚ, 2014).

⁷ Výběrové šetření EU-SILC (European Union – Statistics on Income and Living Conditions) provádí Český statistický úřad od roku 2005 pod názvem Životní podmínky.



Obr. 16 Vývoj čistého ročního příjmu na osobu v ČR
Zdroj: ČSÚ, Výběrové šetření Životní podmínky (EU-SILC), 2014, str. 4



Obr. 17 Jak vycházely se svými příjmy rodiny s dětmi v ČR v roce 2014
Zdroj: ČSÚ, Výběrové šetření Životní podmínky (EU-SILC), 2014, str. 5

Jedním z hlavních výstupů, který se zjišťuje pomocí šetření EU-SILC, je úroveň příjmové chudoby. V ČR tento indikátor kolísá v rozmezí 9–10 %, pohybujeme se tak mezi zeměmi s nejnižší úrovní příjmové chudoby v rámci EU (průměrná úroveň příjmové chudoby se v EU pohybuje na hranici 16–17 %). Z mezinárodního hlediska není srovnání pomocní tohoto ukazatele příliš vhodné. I když je u nás příjmová úroveň chudoby na nízké úrovni, většina domácností hospodář s příjmy, které jsou mnohem nižší než průměrné příjmy domácností v EU. Nejvíce ohroženými skupinami jsou nezaměstnaní, u nichž v roce 2014 míra příjmové chudoby dosáhla až na 47,8 %. Míry se také odlišují u jednotlivých věkových kategorií – u osob do 18

let se jedná o 15 %, ve věku od 18 do 24 let o 10 %, u osob starších 25 let se úroveň snižuje, je nižší než průměrná úroveň příjmové chudoby v ČR (ČSÚ, 2014).

5.1.3 Makroekonomické ukazatele

V tab. 3 jsou uvedeny hlavní makroekonomické ukazatele vypovídající o vývoji tuzemské ekonomiky, ke srovnání jsou uvedeny také průměrné hodnoty v EU. V roce 2014 došlo k oživení ekonomiky, reálný HDP vzrostl o 2 %, stalo se tak díky sířícímu se optimismu. Domácnosti zvyšovaly poptávku a konečnou spotřebu, rostl i export. Růst HDP se odrazil v poklesu míry nezaměstnanosti, což v budoucnu napomůže dalšímu zvyšování domácí poptávky. Průměrná míra inflace dosáhla druhé nejnížší historické hodnoty hlavně kvůli výrazně levné ropě a snížení cen elektřiny. V době krize míra úspor domácností narostla (souvisí to s vyšším pesimismem ohledně vývoje ekonomiky), jinak se drží na úrovni okolo 11 % (MFČR, 2015).

Tab. 3 Hlavní makroekonomické ukazatele (v %)

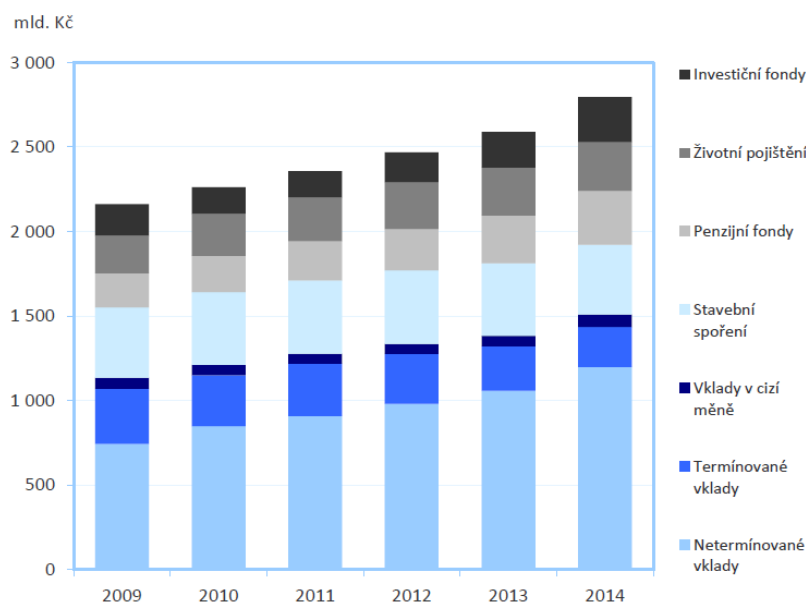
Ukazatel	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tempo růstu reálného HDP v ČR	5,5	2,7	-4,8	2,3	2,0	-0,9	-0,5	2,0
Tempo růstu reálného HDP v EU	3,1	0,5	-4,4	2,1	1,8	-0,5	0,2	1,4
Průměrná míra inflace (HICP) v ČR	3,0	6,3	0,6	1,2	2,1	3,5	1,4	0,4
Průměrná míra inflace (HICP) v EU	2,4	3,7	1,0	2,1	3,1	2,6	1,5	0,6
Míra nezaměstnanosti v ČR	5,3	4,4	6,7	7,3	6,7	7,0	7,0	6,1
Míra nezaměstnanosti v EU	7,2	7,0	9,0	9,6	9,7	10,5	10,9	10,2
Míra hrubých úspor domácností v ČR	12,1	11,5	13,6	12,7	11,2	11,5	11,0	11,2
Míra hrubých úspor domácností v EU	10,7	11,0	13,1	12,2	11,5	11,1	11,0	10,5

Zdroj: ČSÚ, Eurostat

5.1.4 Struktura úspor domácností

V průběhu hospodářské recese domácnosti v ČR zvyšovaly podíly míry úspor na hrubém disponibilním důchodu. Dokonce i po finanční krizi se stále orientují na vyšší úspory, na rozdíl od Rakouska, Německa, Maďarska nebo Rumunska. Pro některé domácnosti mají úspory větší význam než před několika lety, vychází to hlavně z vyšší averze k riziku po zažité krizi. Lidé vidí větší riziko především ve ztrátě zaměstnaní nebo zvyšující se možnosti zadlužit se (Abramuszkinová Pavlíková, Rozbořil, 2014).

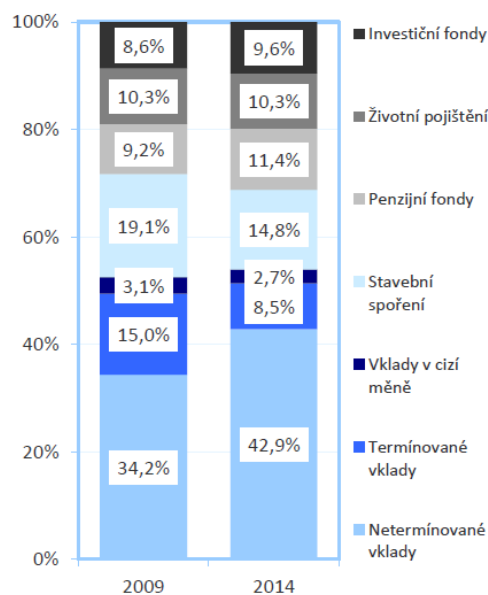
V posledních letech můžeme sledovat růstový trend v oblasti celkových úspor domácností. V roce 2014 došlo k nejrychlejšímu meziročnímu vzrůstu, a to o 7 %, celkový objem úspor domácností tak dosáhl hodnoty 2,8 bilionů Kč. Struktura úspor se v jednotlivých letech výrazně nemění. Větší změny ve složení úspor jsou patrnější z obr. 19, kde je zachyceno srovnání po šesti letech. Dlouhodobě dochází k úbytku prostředků uložených na termínovaných vkladech, kvůli nízké úrovni úrokových sazeb lidé dávají přednost spíše spořicímu účtům (MFČR, 2015).



Obr. 18 Vývoj úspor domácností v roce 2009–2014

Zdroj: MFČR, Zpráva o vývoji finančního trhu, 2015, str. 11

Snižují se i úspory uložené do stavebního spoření z důvodů ztráty atraktivnosti jak z hlediska spořicího, tak i úvěrového. Od roku 2011 se u domácností zvyšuje obliba využívat nástroje kolektivního investování, v roce 2014 tak došlo oproti roku 2013 k nárůstu úspor v investičních fondech o 27 miliard Kč. I přesto úspory vložené do investičních fondů nedosahují úrovně z roku 2007, kdy podíl dosahoval 12,6 % (MFČR, 2015).



Obr. 19 Změny ve struktuře úspor domácností v roce 2009 a 2014

Zdroj: MFČR, Zpráva o vývoji finančního trhu, 2015, str. 11

Od roku 2012 se také zvyšuje podíl prostředků umístěných do penzijních fondů, hlavním důvodem je změna podmínek spoření ve třetím důchodovém pilíři. Objem prostředků vložených do životního pojištění se v absolutní hodnotě sice zvyšuje, ale oproti jiným produktům nárůst není tak výrazný (MFČR, 2015).

5.1.5 Vývoj úrokových sazeb a RPSN

Vývoj průměrných úrokových sazeb u vkladů a úvěrů je zachycen v tab. 4. Během šestiletého období došlo k poklesu úročení vkladů domácností a to téměř o polovinu. Úroková sazba na spotřebitelské úvěry se od roku 2010 příliš nemění, zatímco u úročení poskytnutých úvěrů na bydlení docházelo spíše ke klesající tendenci.

Tab. 4 Průměrná úroková sazba (v %)

Účel	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Vklady domácností	1,4	1,3	1,2	1,2	1,0	0,8	
Úvěry	spotřebitelské	13,9	14,4	14,6	14,5	14,6	14,5
	na bydlení	5,2	5,3	5,1	4,8	4,3	3,9

Zdroj: ČNB – ARAD

Dalším sledovaným ukazatelem je RPSN, které poskytuje komplexnější náhled na nákladovost úvěru. V tab. 5 je zaznamenáno, jak se vyvíjela roční procentní sazba nákladů u úvěrů poskytnutých bankami. RPSN u úvěrů na spotřebu od roku 2007 meziročně rostla, zatímco od roku 2012 začala znovu klesat. U nákladovosti úvěrů na koupi bytových nemovitostí je patrný významný pokles, v roce 2014 dokonce dosáhla svého historického minima.

Tab. 5 RPSN korunových úvěrů poskytnutých bankami (v %)

Účel	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Na spotřebu	13,5	14,2	15,4	15,7	15,8	15,9	15,0	14,9
Na koupi bytových nemovitostí	5,5	5,9	5,8	4,8	4,1	3,7	3,5	2,9

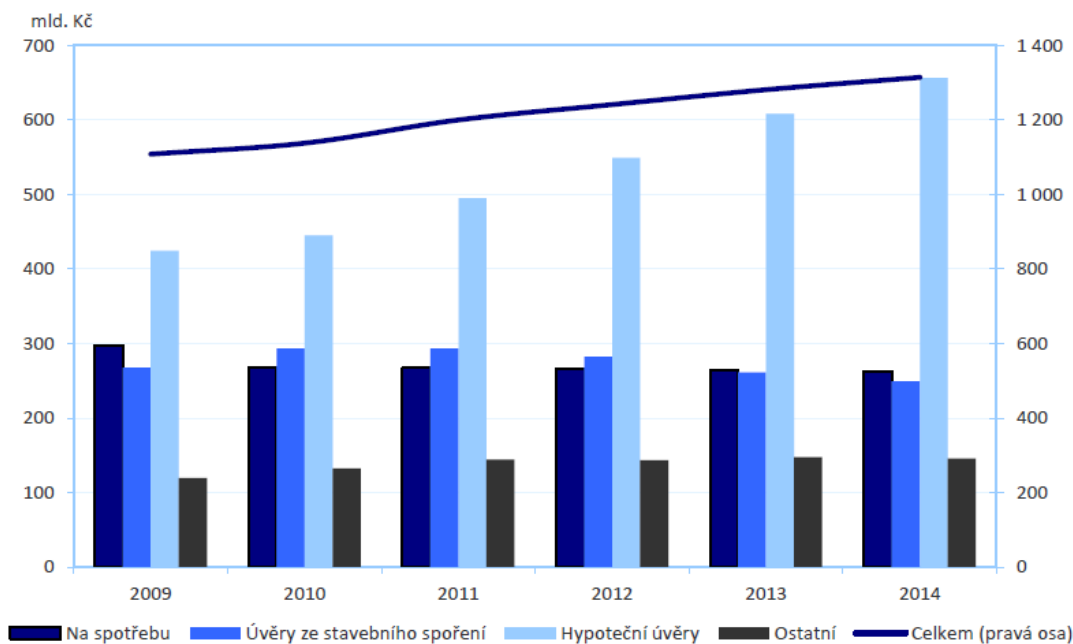
Zdroj: ČNB – ARAD

5.1.6 Zadluženost domácností

Zadluženost českých domácností rychle narůstala již v letech 2000–2008. Zvyšování zadluženosti bylo zapříčiněno především růstem nominálních mezd a vysokou zaměstnaností. Zvyšovala se nejenom spotřeba domácností nad rámec disponibilního důchodu, ale lidé byli především motivováni ke zvyšování své životní úrovně, více si zařizovali vlastní bydlení, rekonstruovali a nakupovali lepší vybavení do domů/bytů (Abramuszkínová Pavlíková, Rozbořil, 2014).

V roce 2014 si domácnosti vypůjčily u bankovních i nebankovních finančních institucí přes 1,3 bilionů Kč. Ve srovnání s rokem 2013 došlo k nárůstu zadluženosti o 2,6 %. Nejdynamičtější oblast zastupují hypotečních úvěry, kde objemy

úvěrů meziročně narůstaly (v některých letech až o 11 %). Naopak využívání úvěrů ze stavebního spoření v jednotlivých letech postupně upadalo. Objem celkových úvěrů na bydlení tvoří téměř 69 % z celkového zadlužení domácností, v absolutní hodnotě se jedná o 0,9 bilionů Kč. Z obr. 20 dále vychází, že objemy spotřebitelských úvěrů meziročně klesaly, což může být způsobeno vzrůstajícími úrokovými sazbami a zvyšujícím se RPSN u těchto typů úvěrů (MFČR, 2015).

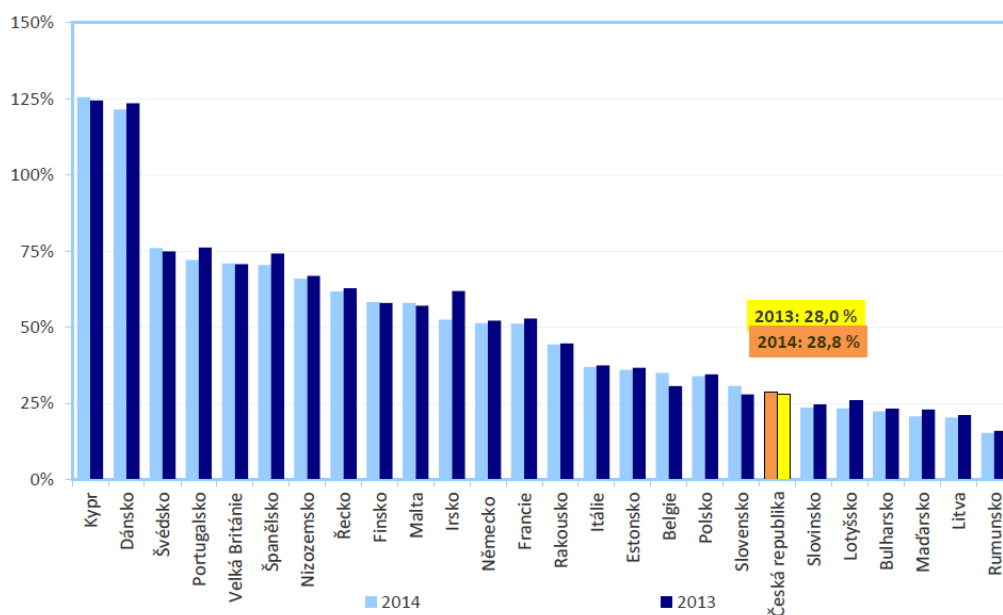


Obr. 20 Celkové zadlužení domácností

Zdroj: MFČR, Zpráva o vývoji finančního trhu, 2015, str. 26

S nárůstem celkové zadluženosti domácností dochází ke zvyšování úrovně rizikových úvěrů (úvěry v selhání). Ty u domácností dosahují téměř velikosti firemních rizikových úvěrů. V roce 2005 se rizikové úvěry domácností podílely 30,3 % na celkových rizikových úvěrech, v roce 2010 podíl vzrostl na 39,9 % a v roce 2013 dokonce na 48,1 % (Abramuszkinová Pavlíková, Rozbořil, 2014).

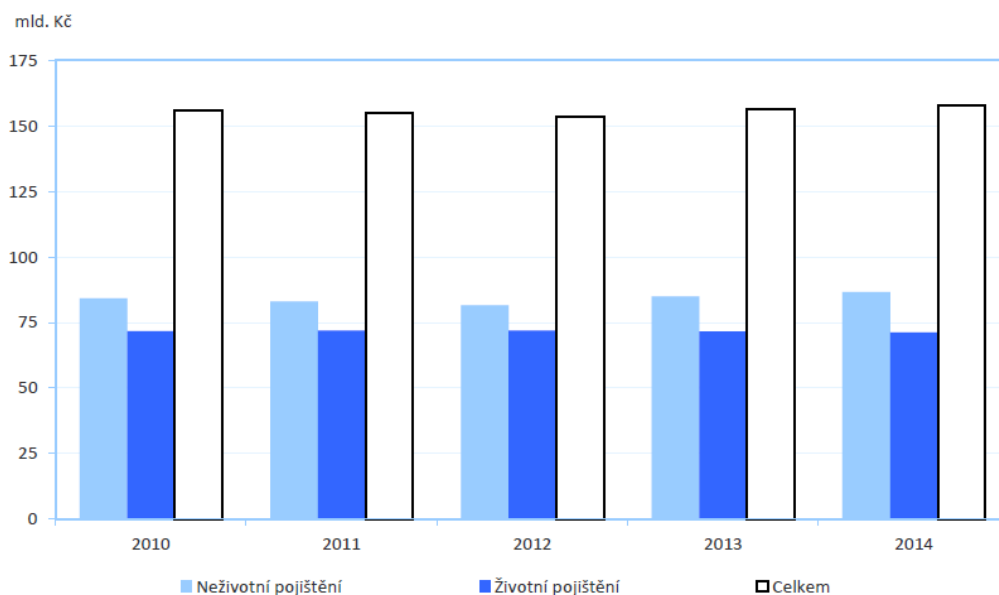
Tempo růstu zadlužení českých domácností bylo do roku 2008 ve srovnání s EU takřka dvakrát vyšší, kdežto relativní míra dluhů vzhledem k HDP byla o polovinu nižší. I v současnosti je podle obr. 21 relativní míra zadlužení v ČR na nízké úrovni oproti ostatním státům EU (nejvíce zadlužený je Kypr a Dánsko, míra jejich zadlužení k HDP je skoro 4,5krát vyšší než v ČR). Je však nutno poznamenat, že Česká republika má oproti ostatním státům EU velkou výhodu. Vzhledem k tomu, že většina závazků je denominována v českých korunách, mají domácnosti z dlouhodobého hlediska lepší podmínky pro splácení svých dluhů (MFČR, 2015).



Obr. 21 Zadlužení domácností vzhledem k HDP v různých zemích EU
Zdroj: MFČR, Zpráva o vývoji finančního trhu, 2015, str. 27

5.1.7 Pojištění domácností

Objem hrubého předepsaného pojistného v roce 2014 dosáhl úrovně 157,8 miliard Kč. Jak je patrné z obr. 22, celkové hrubé předepsané pojistné se v posledních letech výrazně nemění, pojistný trh se tak nachází ve fázi stagnace.



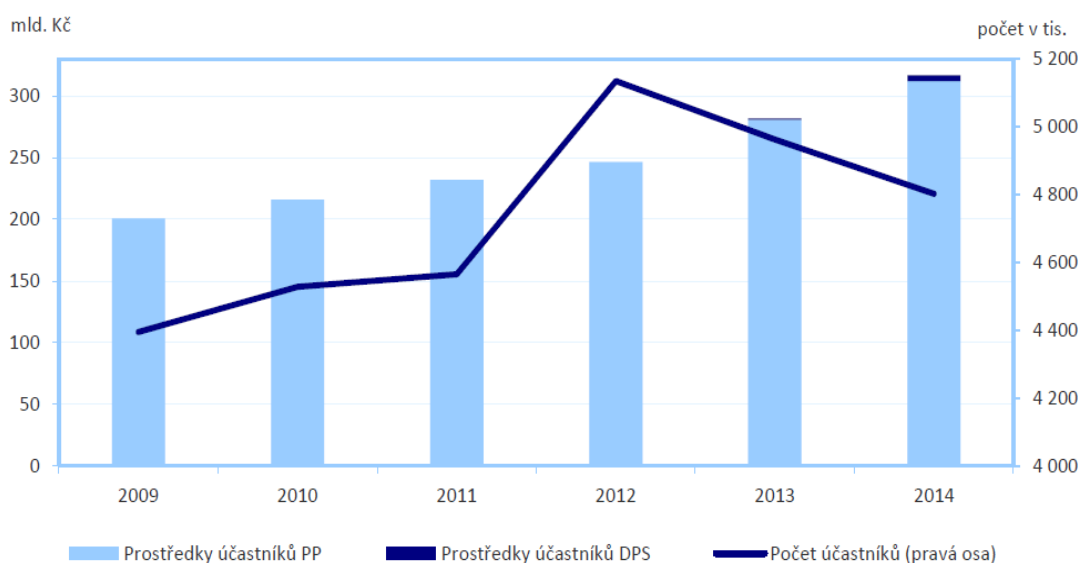
Obr. 22 Objem hrubého předepsaného pojistného
Zdroj: MFČR, Zpráva o vývoji finančního trhu, 2015, str. 52

I přesto tuto skutečnost má pojistný trh velký potenciál k růstu. Z údajů pojišťoven vyplývá, že každá druhá domácnost nemá sjednáno majetkové pojištění. Zároveň u domácností, které využívají jak majetkového, tak životního pojištění, velmi často dochází k podpojištění.⁸ Ačkoliv byl u neživotního pojištění zaznamenán nárůst uzavřených pojistných smluv, hrubé předepsané pojistné neživotního pojištění vzrostlo jen mírně. U životního pojištění dochází nejen k poklesu uzavřených smluv, ale i ke snížení hrubého předepsaného pojistného. V posledních letech narůstal také počet pojišťovacích zprostředkovatelů, na konci roku 2014 jich bylo zaregistrováno přibližně 163 tisíc. V 87 % případů se jedná o výhradní pojišťovací agenty a podřízené pojišťovací zprostředkovatele (MFČR, 2015).

5.1.8 Penzijní systém

Na počátku roku 2015 se počet penzistů pohyboval kolem 2,36 milionů, průměrná penze dosáhla v prvním pololetí roku 2015 výše 11 361 Kč. Důchodové fondy tvořící druhý pilíř penzijního systému v roce 2014 dosáhly výše 1,7 miliard Kč. Počet účastníků se v dnešní době pohybuje kolem 84 550 lidí. Kvůli zrušení druhého pilíře k 1.1.2016 budou všechny prostředky v něm obsažené podle přání klientů vyplaceny, nebo převedeny do třetího pilíře (Události ČT 1, 6.11.2015).

Prostředky umístěné ve třetím pilíři v roce 2014 dosáhly na hodnotu 317 miliard Kč (312,2 miliard Kč v transformovaných a 4,8 miliard Kč v účastnických fondech), oproti roku 2013 se tak jedná o 12,4% přírůstek (MFČR, 2015).



Obr. 23 Vývoj objemů prostředků a počtu účastníků ve III. pilíři
Zdroj: MFČR, Zpráva o vývoji finančního trhu, 2015, str. 60

⁸ Domácnosti své pojistné smlouvy neaktualizují, postupem času pak může dojít k tomu, že pojistná částka neodpovídá skutečné hodnotě majetku. V případě pojistné události tak nemusí vyplacené pojistné plnění pokrýt celkové škody.

Počet účastníků ve třetím pilíři postupně ubývá, v roce 2012 mělo penzijní připojištění sjednáno přes 5 134 tisíc klientů, v roce 2014 tento počet klesl na 4 803 tisíc účastníků a v první polovině roku 2015 došlo k dalšímu poklesu, kdy penzijní připojištění mělo sjednání 4 440 tisíc klientů a doplňkové spoření 291 tisíc klientů. Z obr. 23 je patrné, že pozvolný přírůstek klientů v účastnických fondech nedokáže pokrýt úbytek účastníků v transformovaných fondech (Události ČT 1, 6.11.2015).

5.1.9 Finanční gramotnost v ČR

Podle výzkumu finanční gramotnosti domácí rozpočet tvoří přibližně 45 % domácností, zbytek považuje domácí rozpočet za zbytečný. Pokud by došlo ke ztrátě hlavního příjmu, 43 % obyvatel by bylo schopno pokrýt životní náklady minimálně po dobu tří měsíců. Téměř tři pětiny domácností si odkládají část příjmů jako finanční rezervu, nejčastěji z důvodů nepředvídaných výdajů. Většina si tyto rezervní peníze ukládá pouze na běžný účet. Bylo zjištěno, že zvyk odkládat si peníze stranou roste se vzděláním a příjmem. Třetina obyvatel si nevytváří žádné úspory na stáří, protože nemají dostatek finančních prostředků. Téměř 78 % obyvatel spoléhá v zabezpečení na stáří především na stát. Mladší lidé na důchod nespolehají a raději si šetří, nejčastěji formou penzijního připojištění, hotovosti nebo peněz uložených v bance. Lidé jsou při výběru spořicí a investiční produktů opatrní, při investování neradi podstupují riziko a raději dávají přednost konzervativním způsobům s menší mírou rizika (MFČR, 2010; ČBA, 2015).

Necelá pětina obyvatel tvrdí, že ví, co znamená pojem RPSN, přesně rozepsat tuto zkratku však dokáže jen třetina z nich. Rozdíl mezi kreditní a debetní kartou je pro polovinu obyvatel ČR velkou neznámou. Pouze 17 % lidí zvládne správně vypočítat úroky z úvěrů. Polovina respondentů nevěděla, jakým způsobem se využívá diverzifikace. Jedním z nejdůležitějších kritérií při výběru úvěru je výše měsíční splátky (80 %) a úroková sazba (71 %). Lidé většinou smlouvy pečlivě pročtou a poté se ptají na nejasnosti, třetina obyvatel však potvrdila, že smlouvu nedočetli až do konce, protože byla příliš dlouhá. Až 40 % lidí tvrdí, že předložená smlouva byla tak složitá, že některým pasážím nerozuměli. Jen 6 % lidí si na finanční produkt stěžovalo nebo jej reklamovalo (MFČR, 2010).

Značná část lidí si své špatné znalosti nedoplňuje a své finanční návyky vůbec nemění. Právě z tohoto důvodu dochází k tomu, že lidé podléhají příliš lákavým půjčkám a lichvářům, které mohou skrývat velká rizika, v nejhorším případě může dojít k bankrotu a exekucím. Nejvíce jsou ohroženy děti, lidé s nižším vzděláním a nižšími příjmy (ČBA, 2015; ČS, 2015).

5.2 Struktura příjmů a výdajů vybraných domácností

Struktura výdajů je u každého typu domácnosti rozdílná. Hlavním důvodem je především počet členů v domácnosti, ale také působení velkého množství různých faktorů, které mají na domácnost největší vliv. Může jít například o ekonomickou situaci domácnosti (velikost příjmů, důsledky finanční krize, ztráta zaměstnání), o zásadní změnu ve struktuře spotřeby domácnosti, roční období, kdy domácnosti

zvyšují svoji spotřebu, a koneckonců i o nákupní rozhodování a role jednotlivých členů v domácnosti.

V následujících podkapitolách je podrobněji rozebíráno složení a příjmová i výdajová struktura zkoumaných domácností. Výdaje jsou děleny podle účelu, pokud nebude uvedeno jinak, hodnoty v procentech vyjadřují podíl jednotlivých výdajů na výdajích celkových.

5.2.1 Domácnosti mladých pracujících (studujících) lidí

Domácnost A tvoří pracující studentka, jejíž příjmy jsou složeny zejména ze mzdy a stravenek, součástí příjmů by mělo být i výživné od otce, který jej však hradí pouze ojedinele. Rodina nemá dostatečně vysoké příjmy, aby dceru finančně podporovala, proto je nucena si na všechny své výdaje vydělat sama. Nejvíce na ni při nákupu působí kvalita a povědomí o značce, cena hraje až druhotnou roli. Struktura její spotřeby se výrazně změnila v době studií vysoké školy, kdy přibýly velké výlohy na nájemné, studium a život ve městě.

Světová krize měla vliv na snížení jejího příjmu z brigády, ve společnosti totiž došlo ke snížení hodin, které brigádníci mohli odpracovat. V současnosti je zaměstnána téměř na plný úvazek a největší prostředky vynakládá na potraviny (21 %), nájemné a energie (20 %) a oblečení (19 %). Hojně využívá služeb, hlavně veřejné hromadné dopravy (13 %). Volný čas tráví převážně návštěvou restaurací, posezením s přáteli, ale nechybí ani zájem o kulturu a sport. Ostatní výdaje byly v tomto měsíci tvořeny útratou za dárky a sebevzdělávání (kurz francouzštiny). Nákupní rozhodnutí provádí sama, občas ji ovlivňuje její rodina, která ji předává své zkušenosti. Nejvíce utrací v létě za dovolenou, festivaly a před Vánocemi.

Domácnost B představují dva pracující studenti, oba při práci dálkově studují. Jako partneři spolu žijí v bytě, za jehož pronájem a chod zaplatili ve sledovaném období téměř 18 % ze svých vydání. Domácnost se vyznačuje vysokým příjmem z mezd, stravenek a občasných podpory od rodičů. Krize je moc neovlivnila, začali být teprve ekonomicky aktivní. Struktura spotřeby se změnila v době, kdy se po střední škole osamostatnili od rodičů, všechny výdaje si začali hradit sami. Zvykli si také konzumovat kvalitnější a dražší potraviny. Velkou část svých prostředků vynaložili na ostatní výdaje (27 %), jednalo se hlavně o zaplacení školeného na zimní semestr, nákup benzínu, náklady na víkendovou dovolenou a dárky.

Větší náklady (16 %) jsou spojené s volnočasovými aktivitami, kdy se ve většině případů jednalo o návštěvu restaurací a sportovní aktivity. Přes 13 % všech výdajů vynaložili na splátky spotřebitelských úvěrů (auto, domácí spotřebiče) a splátky půjčky na studia od rodiny. Při nákupu je v první řadě ovlivňuje kvalita, posléze cena či případné doporučení (například u finančních produktů), o nákupu ve většině případů rozhodují společně. Nejvíce utrácejí v létě, kdy mají více volného času na cestování, posezení s přáteli, sportovní aktivity a různé festivaly.

Domácnost C se skládá ze dvou členů, jedná se o pracující sestry. Pouze mzdy tvoří celkem vysoký příjem domácnosti, což je způsobeno i tím, že jednu ze sester živí tři práce. Spotřeba se výrazně změnila poté, co se společně rozhodly přestěhovat do Prahy, s tím jsou spojené hlavně vysoké náklady na bydlení – třetina vynalo-

žených výdajů byla směřována na zaplacení nájmu a inkasa. Finanční krize strukturu spotřeby nijak neovlivnila. Nejdůležitějším faktorem při nákupu je ve většině případů cena a slevy, u potravin však dbají hlavně na kvalitu a složení, proto velkou část prostředků investují právě do nákupu potravin (20 %). Nemalé prostředky vydaly také na drogerii (14 %), kde je zahrnuta i kosmetika pro pracovní účely (jedna z prací – kosmetička). Více utrácejí také za oblečení (14 %).

Ze služeb využívají hlavně veřejné hromadné dopravy, telekomunikační služby a často navštěvují kosmetické a kadeřnické studia. Ve volném čase si rády zajdou na divadelní představení, na večeri do restaurace nebo zatancovat a pobavit se s přáteli do klubu. Nejvíce utrácejí v letních měsících, kdy cestují a užívají si volna. Velká část příjmů jim po zaplacení všech výdajů většinou zbyde. O nákupu potravin a vybavení domácnosti rozhodují společně, u všeho ostatního se rozhodují samy za sebe.

V domácnosti D žije pracující muž se svou partnerkou, která je již více jak půl roku nezaměstnaná. Jelikož je podpora velmi nízká, snaží se si nějaké peníze ještě přivydělat příležitostnými brigádami. Příjem tak tvoří mzda s prémie, podpora v nezaměstnanosti a přivýdělky z občasných brigád. V období krize zvýšili tvorbu úspor. Strukturu spotřeby v poslední době ovlivnila hlavně ztráta zaměstnání. Domácnost se snaží méně utrácet za využívání služeb a drogerii, také velmi omezili návštěvu restaurací. Nákupní rozhodování je založeno na společné domluvě.

U nákupu potravin dbají nejvíce na kvalitu, cena pro ně v tomto případě není moc důležitá. U jiných věcí je ovlivňuje dobrý poměr ceny a kvality. Největší část výdajů vynaloží na nákup potravin (24 %) a dále na ostatní výdaje (17 %), ve kterých hlavní položku představuje útrata za cigarety (4500 Kč), potom nákup dáreků a drobné opravy. Neboť si partneři šetří na svůj společný budoucí život, 15 % svých příjmů se snaží odkládat na spoření. Dalšími významnějšími výdaji jsou platby za energie (13 %) a nákup oblečení (10 %). Investice do volného času jsou směřovány zejména do rybaření a občasného posezení s přáteli.

Domácnost E reprezentují dvě pracující ženy – matka s dcerou. Dcera je po škole a rozjíždí své vlastní podnikání jako OSVČ, matka má invalidní důchod a je zaměstnána na částečný úvazek. Největší část příjmu tvoří výdělky dcery, malou část invalidní důchod a mzda matky. Struktura výdajů se změnila po vystudování vysoké školy, kdy se dcera přestěhovala zpátky domů a začala podnikat. Jelikož se podnikání rozjíždí pomalu, je finanční situace domácnosti náročnější na zvládnutí, z tohoto důvodu se při nakupování rozhodují převážně podle ceny, u potravin a kosmetiky vybírají produkty s dobrým poměrem ceny a kvality. Největší výdaje mají před Vánocemi, v létě moc neutrácejí a na dovolenou nejezdí.

Největší část prostředků vynaložily na ostatní výdaje (30 %), kde spadají především platby za faktury a nákup benzínu. Bydlí ve vlastním velkém domě, s jehož chodem jsou spojeny vysoké výdaje (19 %). Jelikož je dcera OSVČ, vydání na pojištění jsou vysoké (16 %), každý měsíc totiž odvádí zdravotní a sociální pojištění. Značným nákladem pro domácnost je splátka půjčky, kterou si dcera vzala do začátků podnikání, tvoří téměř 15 % všech výdajů. Vzhledem k finanční situaci se

domácnost snaží snižovat, nebo téměř omezovat vydání na volnočasové aktivity, oblečení, služby a potraviny.

Všechny výdaje domácností mladých pracujících lidí jsou uvedeny v tab. 6 a 7. Celkové příjmy a vydání domácností jsou zaznamenány v tab. 8.

Tab. 6 Výdaje domácností mladých lidí podle účelu (v Kč)

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
A	3 097	775	65	2 719	2 500	400	500	0	1 934	770	1 890
B	6 312	825	547	3 149	8 000	1 000	1 850	6 681	705	8 051	13 985
C	6 616	4 599	0	4 599	10 000	1 000	450	0	2 843	2 099	1 399
D	7 572	746	242	3 294	0	4 050	4 800	2 000	900	2 660	5 290
E	4 213	828	92	0	0	5 480	4 586	4 230	613	0	8 482

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 7 Procentní vyjádření výdajů domácností mladých lidí podle účelu

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
A	21,14	5,29	0,44	18,56	17,06	2,73	3,41	0,00	13,20	5,26	12,90
B	12,35	1,61	1,07	6,16	15,65	1,96	3,62	13,07	1,38	15,75	27,37
C	19,69	13,69	0,00	13,69	29,76	2,98	1,34	0,00	8,46	6,25	4,16
D	24,00	2,36	0,77	10,44	0,00	12,84	15,21	6,34	2,85	8,43	16,76
E	14,77	2,90	0,32	0,00	0,00	19,21	16,08	14,83	2,15	0,00	29,74

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 8 Celkové příjmy, výdaje, přebytky či nedostatky domácnosti (v Kč)

	Příjmy celkem	Výdaje celkem	Přebytek/nedostatek
A	14 530	14 650	-120
B	51 243	51 105	138
C	41 000	33 605	7395
D	32 338	31 554	784
E	27 960	28 524	-564

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

5.2.2 Domácnosti mladých rodin s malými dětmi

Domácnost F tvoří pět členů – dva rodiče a tři děti. Vzhledem k tomu, že matka je doma s nejmladším dítětem, dostává pouze rodičovský příspěvek. Otec je ekonomicky aktivní, jeho příjmy tvoří mzda, stravenky a odměny za vyplňování různých dotazníků. V průběhu krize k žádnému velkému omezení spotřeby nedošlo, naopak s narozením dětí přibýly výdaje s nimi spojené. Největší výdaje pro rodinu v tomto měsíci představovala dovolená, na kterou jezdí každý rok, větší výdaje má domácnost také v předvánočním období. Dovolená ovlivnila ostatní výdaje (34 %) a vydání na služby (15 %), které jsou tedy vyšší než obvykle. V ostatních výdajích

se kromě útraty za dovolenou nachází položky jako nákup benzínu a příspěvek na podporu postižených dětí. Služby jsou kromě nákladů na ubytování za dovolenou obvykle složeny z výdajů na školku, telekomunikace a internet. Velké prostředky domácnost vynakládá na nákup potravin (19 %).

Rodina bydlí v rodinném dvougeneračním domě, takže se o náklady na chod domu dělí. Hlavně kvůli dětem rodiče myslí na zadní vrátka a budoucnost, proto se snaží každý měsíc okolo 10 % příjmů ušetřit. Vzhledem k tomu, že se v domácnosti vyskytují dvě děti do tří let, jsou výdaje na drogerii (plenky, ubrousky, zásypy, dětskou kosmetiku) vyšší než u ostatních typů domácností. Nákupní rozhodování v této domácnosti závisí na společné shodě manželů, manželka se však více zajímá o nákup potravin a oblečení, manžel má zase větší vliv na výběr elektroniky a finančních produktů. Nejvíce se při nákupu zaměřují na poměr ceny a kvality, raději si připlatí za lepší a kvalitnější výrobek.

Domácnost G má čtyři členy, manželský pár a dvě děti. Matka je s malým dítětem na rodičovské dovolené a otec pracuje. Mzda, prémie a rodičovský příspěvek vytváří celkový příjem domácnosti. Globální krize zapříčinila snížení prémie, ani v současnosti se situace moc nezměnila. V průběhu let se změnila i struktura spotřeby, domácnost musí splácet hypotéku na dům (22 %), narodily se děti a přibýly výdaje spojené s jejich výchovou. Rodiče tak mají méně finančních prostředků a volného času na zábavu. Nejvíce prostředků utrácejí za potraviny (25 %) a chod domácnosti (16 %). Kolem 10 % z příjmu domácnosti je každý měsíc vloženo do pojištění a spoření. Ostatní výdaje zastupují také velkou část (10 %) a obsahují především náklady na naftu do auta.

Ve službách jsou zahrnuty náklady na školku pro starší dceru, telekomunikační a internetové služby. Náklady na volný čas a výlohy na nákup oblečení se rodina snaží omezovat. Vzhledem k finanční situaci vyhledávají kvalitní výrobky za nízkou cenu. Aby ulehčili rozpočtu domácnosti, opakovaně využívají různých slev u potravin a drogistického zboží. O nákupu důležitějších věcí rozhodují společně, jinak mají spíše rozdělené role, manžel řeší hlavně elektroniku a finanční sféru, manželka má zase na starost nákup potravin, oblečení, drogerie a věcí kolem dětí. Vyšší výdaje jsou spojeny s vánočním obdobím, kdy se snaží svým dětem dopřát dárky. Více utrácejí také v létě, kdy podnikají menší a finančně nenáročné výlety.

Domácnost H se skládá ze dvou partnerů a jednoho malého dítěte. Matka je doma s dítětem, takže příjem tvoří mateřský příspěvek, mzda a stravenky. V době krize došlo ke ztrátě příjmu partnerky, proto domácnost musela výrazně omezit výdaje spojené s volným časem, využíváním služeb a útratu za potraviny. Nejvíce domácnost utrácela před a po narození dítěte, kdy se zvýšily především výdaje na oblečení, drogerii, potraviny a pořízení výbavičky. Dále očekávají zvýšené náklady před Vánoci. Partnerka se stará o věci každodenní potřeby, zde je rozhodování spíše o zvyku, o nových věcech, ať už se jedná o cokoli, se partneři rozhodují společně. Největším výdajem domácnosti jsou náklady na byt – nájemné a inkaso (21 %).

Více než 16 % z celkových vydání rodina utratí za potraviny. Nejčastějším kritériem při výběru potravin je dobrá kvalita a složení výrobku. Při nákupu se snaží dívat i na ceny, proto často využívají slev a u oblečení výprodejů. V ostatních výda-

jích (13 %) jsou zařazeny náklady na benzín a vydání na věci potřebné pro dítě. Rodina v budoucnu uvažuje o koupi vlastního bytu, proto si vždy minimálně 10 % příjmů ukládá do pojištění a spoření. Velkou část výdajů (9 %) tvoří splátky půjčky od rodičů, kterou si domácnost vzala na nákup auta. Rodina nemá vždy čas na vaření, a proto často využívá rozvozu jídla z restaurace.

Tab. 9 Výdaje domácností mladých rodin s malými dětmi podle účelu (v Kč)

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
F	7 995	2 361	330	1 476	0	3 763	3 190	0	6 427	1 974	14 362
G	6 900	1 523	117	428	0	4 560	2 810	6 136	2 158	680	2 800
H	4 409	2 137	65	2 325	4 500	1 020	3 052	2 500	1 384	1 880	3 529

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 10 Procentní vyjádření výdajů domácností mladých rodin s malými dětmi podle účelu

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
F	19,09	5,64	0,79	3,52	0,00	8,99	7,62	0,00	15,35	4,71	34,29
G	24,54	5,42	0,42	1,52	0,00	16,22	10,00	21,83	7,68	2,42	9,96
H	16,45	7,97	0,24	8,68	16,79	3,81	11,39	9,33	5,16	7,01	13,17

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 11 Celkové příjmy a výdaje domácností mladých rodin s malými dětmi (v Kč)

	Příjmy celkem	Výdaje celkem	Přebytek/nedostatek
F	33 809	41 877	-8 068
G	29 120	28 112	1 008
H	27 026	26 801	225

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

5.2.3 Domácnosti matek samoživitelek

Domácnost I je tvořena matkou s dítětem. V průběhu krize k žádnému výraznému omezení spotřeby nedošlo, matka však uvedla, že pociťuje krizi celý život, neboť je již od narození dítěte na výchovu sama. Příjmy domácnosti se skládají ze mzdy, alimentů a občasného příspěvku ze strany prarodičů na větší výdaje dítěte. Struktura spotřeby domácnosti se odvíjí od potřeb dítěte, které v této době navštěvuje základní školu, proto se zvýšily výdaje na učebnice, školní pomůcky a kroužky. Nákupní rozhodování je z části ovlivněno dcerou, zejména u oblečení, věcí do školy a elektroniky. S výběrem domácích spotřebičů si nechává matka poradit, jinak se rozhoduje sama. Při výběru výrobků klade největší důraz na cenu, ovšem pokud si dcera něco přeje, často na cenu nehledí a chce jí dopřát to, co má ráda.

Každý měsíc má domácnost přibližně stejné výdaje, nedá se říct, že by v některém z měsíců utrácela více. Dárky se matka snaží shánět během celého roku a na letní dovolenou nemá dostatečné prostředky. Největší část výdajů připadla na

nájemné bytu společně s energiemi (38 %), poté na potraviny (25 %). Ve vydáních na služby (11 %) jsou obsaženy školní obědy pro dceru, telekomunikace, internet a manikúra. Dále se více utrácelo za oblečení a drogistické zboží, které bylo zakoupeno převážně pro dceru jako dárek na Vánoce. Ostatní výdaje byly směřovány do školních pomůcek a knih, jež byly potřebné v novém školním roce. Vydání spojené s volným časem se domácnost snaží omezovat. Na pojištění a spoření nemá v současné době žádné volné finanční prostředky.

Domácnost J představuje matka se svými dětmi. Jedna z dcer již navštěvuje základní školu, druhá je teprve ve školce. Matka vychovává děti sama. Aby zvládala domácnost, musela si najít přivýdělek ke své práci, její příjem tedy tvoří hlavně mzda, příspěvky na děti od otce a přivýdělek z brigády. Struktura spotřeby se změnila hlavně po rozvodu a zvyšuje se neustále s růstem dětí, které toho potřebují více do školy. Rodina bydlí ve velkém domě, který je obtížné utáhnout, náklady na jeho chod jsou nejvyšší (25 %). O všech nákupech se matka rozhoduje sama, v některých případech, například při nákupu sladkostí, ji ovlivňují dcery. V první řadě se rozhoduje podle ceny, snaží se vybírat i kvalitní výrobky, ale v rámci šetření často nakupuje potraviny z vlastní produktové řady prodejen. Kvůli vysokým cenám všech produktů domácnost nakupuje pouze věci pro uspokojení základní potřeby. Čtvrtinu výdajů tvoří útrata za nákup potravin.

Velké prostředky jsou vynakládány také na využívání služeb (18 %), kdy se jedná hlavně o stravování ve škole a školce, jízdné do školy a do práce, internetové a telekomunikační služby. Ostatní výdaje jsou směřovány do školních kroužků, pomůcek a knih do školy. Vydání na volný čas, pojištění a spoření nebo oblečení se domácnost snaží omezit, aby dokázala splácet spotřebitelský úvěr, který využila na nákup potřebného domácího spotřebiče (6 %). I přes všechny tyto omezení má domácnost velké obtíže vyjít každý měsíc s tak nízkými příjmy. Proto se matka v současné době snaží hledat další brigádu na víkendy, aby svým dcerám zajistila dobrou úroveň a kvalitu života.

V tab. 12–14 jsou uvedeny výdaje podle účelu, najdete zde i celkové příjmy a výdaje domácností matek samoživitelek.

Tab. 12 Výdaje domácností matek samoživitelek podle účelu (v Kč)

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
I	4 087	1 004	378	1 750	5 500	800	0	0	1 908	350	900
J	4 986	706	145	892	0	4 993	500	1 259	3 628	250	2 362

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 13 Procentní vyjádření výdajů domácností matek samoživitelek podle účelu

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
I	24,51	6,02	2,27	10,49	32,98	4,80	0,00	0,00	11,44	2,10	5,40
J	25,28	3,58	0,74	4,52	0,00	25,32	2,54	6,38	18,40	1,27	11,98

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 14 Celkové příjmy a výdaje domácností matek samoživitelek (v Kč)

	Příjmy celkem	Výdaje celkem	Přebytek/nedostatek
I	16 800	16 677	123
J	18 958	19 721	-763

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

5.2.4 Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku

Domácnost K se vyznačuje svými vysokými příjmy, které tvoří především mzdy a prémie. Skládá se z pěti členů, dvou rodičů a tří dětí, které jsou již dospělé, ale stále studují (nejmladší studuje střední školu, starší děti vysokou školu). V období krize došlo k velkému snížení prémie. Spotřebu domácnosti snížení prémie začalo ovlivňovat postupně, když začaly děti dorůstat, zvyšovaly se také výdaje na vzdělávání dětí. Domácnost už nedokáže ušetřit tolik finančních prostředků jako před krizí. Právě výdaje na školu, nájmy a kapesné jsou jedním z hlavních důvodů, proč jsou ostatní výdaje tak vysoké (63 %). Patří sem také vydání na nákup nafty, knih a různých dáreků. Nechybělo ani neobvyklé vydání v podobě pořízení bicí soupravy pro nejmladšího syna (37 400 Kč).

Při nákupu se domácnost prvotně dívá na kvalitu, dále ji ovlivňuje zvyk. Když jsou s kvalitou značky spokojeni, zvykově se k ní vrací. Nákupní rozhodování v domácnosti probíhá nejčastěji na základě společného souhlasu rodičů, velmi často i dětí. Nákup potravin zaujímal 12 % ze všech výdajů a zajištění chodu domácnosti 7 %. Kolem 6 % příjmu domácnosti je každý měsíc odkládáno na pojištění a spoření, pokud na konci měsíce zbyde větší obnos volných prostředků, jsou posléze přesunuty na spořicí účet. Služby domácnost využívá hojně, jedná se například o výdaje na úklid, autoservis, dopravu, internet a telekomunikace, kadeřníka a kosmetiku. Rodina si také dopřává bohatý kulturní život (divadla, kina, koncerty) a časté návštěvy restaurací, kam chodí většinou na obědy a někdy dokonce na večeře. Nejvíce domácnost utrací v zimě, hlavně kvůli Vánocům a dovolené na horách, a rovněž v létě kvůli volnočasovým aktivitám. Ve zkoumaném měsíci celkové výdaje převýšily celkové příjmy (kvůli nákupu bicí soupravy).

Domácnost L se také vyznačuje vyššími příjmy. Tvoří ji tři členové, rodiče a jejich syn, který studuje střední školu a přes týden bydlí na internátě. Rodina žije ve vlastním bytě, na konci měsíce se zpátky domů nastěhoval i nejstarší syn, který by nedokázal v Praze svůj vlastní byt utáhnout. V roce 2011 přišla žena o práci, nakonec nastoupila do méně výhodné práce, domácnost však zvládají stejně, hlavně díky manželovým vysokým výdělkům. Největší prostředky jsou vynakládány na kapesné pro syna, naftu a dárky pro malého vnuka, ostatní výdaje tak tvoří téměř 18 % celkových výdajů. Větší vydání jsou směřovány do nákupu potravin (17 %), při jejich výběru se zaměřují především na kvalitu a potom na cenu, aby toho nakoupili co nejvíce. U jiných produktů je ovlivňuje hlavně kvalita.

Ke zvýšení spotřeby potravin a zvýšení výdajů na energie došlo na konci měsíce po nastěhování nejstaršího syna, který má vždy na 14 dní ve střídavé péči svého syna. Co se týče služeb, výdaje na ně jsou nejčastěji směřovány do stravy, oby-

tování a cestovného pro studujícího syna, městskou hromadnou dopravu, kosmetických a kadeřnických služeb. Volný čas využívají k návštěvě restaurací, fotbalových zápasů vnuka a různých divadelních představení. Celkové vydání na služby a volný čas se pohybují kolem 25 %. Domácnost si také každý měsíc dopřává nové oblečení. O nákupu potravin a drogerie rozhoduje převážně manželka, o všem ostatním se radí s manželem, případně se synem. Desetinu příjmu domácnosti ukládají na spoření a pojištění. V průběhu roku se domácnost snaží utrácet stejně, trochu více před Vánoci, v létě a před narozeninami.

Domácnost M je sestavena z pracujících manželů a dítěte, které navštěvuje základní školu. V době propadu ekonomiky se příjmy manželky snížily a manžel přišel o práci. Základní spotřeba zůstala přibližně stejná, v ostatních věcech se rodina omezovala a využila našetřené rezervy. Celkový příjem domácnosti tvoří jen mzdy. Posledních pár měsíců rodina rekonstruuje dům, který zdědila. Z tohoto důvodu ostatní výdaje představují více než polovinu celkových výdajů domácnosti. Kvůli rekonstrukci, dorůstajícímu a sportovně založenému synovi se domácnost snaží šetřit na oblečení a energiích. Ušetřené peníze raději použijí na sportovní aktivity syna. Hlavním kritériem při výběru potravin je cena, u všeho ostatního se orientují na dobrý poměr ceny a kvality.

Nejvíce rodina utrácí během zimního období, kdy si dopřávají dovolenou na horách. O nákupu nejčastěji rozhoduje manželka, při vyšších investicích se však domlouvá společně s manželem. Čím je syn starší, tím více nákupy ovlivňuje, především investice do elektroniky. Na nákup potravin připadá 14% podíl na výdajích, na pronájem bytu a chod domácnosti 11% podíl. Vydání do volného času jsou nejčastěji orientovány na sportovní aktivity syna (tenis, fotbal), pouze výjimečně do návštěvy restaurací. Kvůli rekonstrukci výdaje domácnosti převyšovaly její příjmy.

Domácnost N sestává ze tří členů, dvou rodičů a jejich dcery, která studuje v Brně vysokou školu. Příjem domácnosti tvoří mzdy obou rodičů. Vzhledem k tomu, že se rodina snaží celý život šetřit, v době krize nepostřehla žádné významné změny. Při nákupu produktů je domácnost ovlivňována především cenou, kvalitou a zvykem, avšak v rámci šetření jde ve většině případů hlavně o cenu. Domácnost nemá období, kdy by nějak mnoho utrácela, samozřejmě před Vánoci jsou výdaje větší, ale vzhledem k tomu, že nepořizují drahé dárky, není finanční zátěž tak velká. Velkým výdajem pro domácnost je v poslední době studium dcery, které tvoří největší část ostatních výdajů (mimo jiné utráceli za časopisy, benzín, dárky a suvenýry na víkendové dovolené).

V posledních letech peníze investují hlavně do rekonstrukce domu. Náklady na nákup potravin a energie zaujímají 40% podíl na celkových výdajích. O nákupu potravin rozhoduje pouze manželka, zbytek řeší společně s manželem a dcerou, která má velký vliv na výběr vybavení do domácnosti, spotřebičů a elektroniky. Asi 7 % svých příjmů domácnost uloží na spoření a pojištění. Rodina se snaží šetřit téměř celý život, nejezdí moc na dovolené ani hojně nevyužívá různých služeb. Odlišností od normálního spotřebního chování byla ve zkoumaném měsíci víkendová dovolená na Slovensku, proto jsou výdaje na volný čas zvýšené oproti normálu. Výdaje na služby tvořily pouze náklady na cestování autobusem do práce. Domác-

nost také splácí půjčku od obce na rekonstrukci domu, splátky tak zaujímají 6% podíl na celkových výdajích.

Všechny výdaje domácností s hlavou rodiny ve středním věku jsou uvedeny v tab. 15 a 16. Celkové příjmy a vydání domácností jsou zaznamenány v tab. 17.

Tab. 15 Výdaje domácností s hlavou rodiny ve středním věku podle účelu (v Kč)

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
K	14 319	1 462	0	5 086	0	8 410	5 816	0	4 667	3 830	72 865
L	6 725	1 735	207	3 244	0	6 370	4 619	0	4 960	5 150	7 000
M	6 196	700	400	3 000	2 341	2 481	629	0	1 644	3 400	24 488
N	5 690	589	0	344	0	6 000	2 300	1 700	960	2 200	9 064

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 16 Procentní vyjádření výdajů domácností s hlavou rodiny ve středním věku podle účelu

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
K	12,30	1,26	0,00	4,37	0,00	7,22	4,99	0,00	4,01	3,29	62,57
L	16,81	4,34	0,52	8,11	0,00	15,92	11,54	0,00	12,40	12,87	17,50
M	13,69	1,55	0,88	6,63	5,17	5,48	1,39	0,00	3,63	7,51	54,08
N	19,72	2,04	0,00	1,19	0,00	20,80	7,97	5,89	3,33	7,63	31,42

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 17 Celkové příjmy a výdaje domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku (v Kč)

	Příjmy celkem	Výdaje celkem	Přebytek/nedostatek
K	82 000	116 455	-34 455
L	42 480	40 010	2 470
M	30 976	45 279	-14 303
N	32 650	28 847	3 803

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

5.2.5 Domácnosti seniorů

Domácnost O tvoří jedna seniorka, její příjem představuje pouze důchod. Seniorka obývá rodinný domek, proto není divu, že na jeho chod a energie vynakládá téměř dvě pětiny celkových výdajů. V době krize se její důchod nenavýšoval, zatímco ceny rostly. Ze strachu z nejistoty chtěla více ušetřit, proto celkově omezovala svoji spotřebu. Vzhledem ke svému nízkému důchodu považuje při nákupu za rozhodující kritérium hlavně cenu, u masných výrobků a uzenin ji záleží také na kvalitě. O nákupu věcí každodenní spotřeby se rozhoduje sama, u dražších věcí si raději nechává poradit od svých blízkých a rodiny, kteří mají lepší přístup k informacím. Ostatní výdaje zaujímají rovněž významný podíl (23 %). Jelikož má tato seniorka velkou rodinu, většinou se jedná o dárky pro její blízké, vnoučata nebo pravnoučata k narozeninám, svátkům a jiným příležitostem, dále jde o příspěvky do kostela

a potřebné věci do domácnosti. Nemalé finanční prostředky (17 %) vynakládá na nákup potravin, ráda totiž pro svou rodinu vaří a peče. Největší výdaje mívá v období Vánoc a Velikonoc, kdy hostí celou rodinu, dále v období prázdnin, kdy ji zase jezdí navštěvovat vnoučata. Za poslední roky se na struktuře spotřeby nejvíce projevila zvýšená péče o zdraví, častěji nakupuje ovoce a útrata za léky tvoří více než 6% podíl na celkových výdajích. Téměř 9 % výdajů připadá na využívání služeb – ráda si zajde ke kadeřníkovi, a protože se jedná o moderní babičku, využívá moderních komunikací, především telefonu a internetu. Nové oblečení nepotřebuje, na spoření a pojištění nemá dostatek finančních prostředků, půjčky nemá a volný čas vyplňuje vařením a rodinou. Kvůli všem těmto důvodům jsou další výdaje téměř nulové.

Domácnost P zastupuje senior, jehož jediným příjmem je důchod. Během krize se snažil omezovat především náklady na volný čas, došlo totiž ke zmrazení důchodů, ale ceny dále rostly. Nejdůležitějším faktorem při nákupu je pro tohoto seniora cena, na kvalitní produkty nemá dostatek peněz. Nejvíce utrací na jaře, kdy odvádí daň z nemovitosti, a v předvánočním období. Ve většině případů se o nákup rozhoduje sám, u dražších věcí se radí s dcerou, s finančními produkty mu pomáhá syn. On sám nemá takový přehled a dostatečné informace jako mladí. V poslední době se zvýšily jeho výdaje na bydlení a náklady spojené s péčí o zdraví.

Jelikož bydlí sám v rodinném domě, jeho výdaje na energie tvoří téměř třetinu celkových výdajů. Platby za léky a péči o zdraví jsou jeho dalším významným výdajem (8 %). Ostatní výdaje (25 %) vynaložil na nákup dřeva, dárku k narozeninám pro dceru a potřebné věci do dílny. Více jak pětinu všech vydání utratí za nákup potravin. Ve volném čase rád chodí posedět a zahrát si karty s kamarády do místní hospody. Na tyto aktivity vydá 7 % ze všech výdajů. Každý měsíc si odkládá 500 Kč na penzijní připojištění, po pár letech celkovou našetřenou sumu vybere a utratí za elektrokolo. Ve výdajích na drogerii, oblečení a služby se omezuje.

Domácnost Q reprezentuje taktéž seniorka, která však žije v domově důchodců. Proto je i struktura jejích výdajů jiná než u seniorů předchozích. Její příjem tvoří důchod, který je téměř o tisíc korun nižší než u předchozích důchodců. Největší změna ve struktuře spotřeby nastala po nastěhování do domova důchodců. Hlavním důvodem byly příliš vysoké výdaje na bydlení a velká náročnost na údržbu domu. Větší polovinu svých výdajů zaplatí za ubytování v domově důchodců, 19 % výdajů utratí za poskytované stravovací služby (platí si pouze obědy a večeře). Snídaně si zajišťuje vlastním nákupem potravin (pouze 3% podíl na výdajích).

Jelikož v posledních letech došlo k rapidnímu zhoršení jejího zdravotního stavu, léky a péče o zdraví jí stojí nemalé finanční prostředky (9 %). Ostatní výdaje směřuje na nákup knih a věcí potřebných na pletení, tyto věci jí dělají radost. Rozhodnutí o nákupu závisí pouze na ní, nakupuje pouze věci pro osobní spotřebu, nejedná se o nic drahého. Při nákupu zásadně vyhledává produkty s nízkou cenou nebo ve slevě. Nejnáročnější období na finanční prostředky jsou pro ni Vánoce a narozeniny členů rodiny, snaží se na tyto situace šetřit, ale ne vždy se jí to daří, často jí musí finančně vypomáhat její dcera.

Domácnost R se skládá z manželského páru seniorů, v důchodu jsou teprve pár let. Příjem domácnosti v tuto chvíli tvoří pouze důchody, v budoucnu ještě přibudou našetřené prostředky z penzijního připojištění. Vzhledem k tomu, že se jedná o mladé důchodce, jejich nejmladší dcera ještě studuje vysokou školu. Nejvíce se změnila struktura spotřeby při započítání studia, kdy dceři platili všechny výdaje. V dnešní době je už samostatná a na většinu svých vydání si vydělá sama, rodiče jí pouze vypomáhají a každý měsíc jí posílají 3000 Kč na nájem. Větší příspěvky si ani nemohou dovolit. Z ekonomicky aktivních členů společnosti se najednou stali seniory, došlo tudíž ke snížení příjmů, což zapříčinilo i omezení celkové spotřeby.

Nejvíce jsou při nákupu ovlivňováni cenou výrobků, zaměřují se ale také na kvalitu (hlavně u obuvi). V případě nákupu dražších výrobků se rozhodují společně, často si nechávají radit od svého syna, ve většině případů pak mají rozdělené role. Manželka se stará o nákup potravin, drogerie, oblečení a věcí do domácnosti, manžel pak zajišťuje zbytek. Největší prostředky vynakládají na bydlení (27 %). Ostatní výdaje (18 %) se skládají z již zmíněné podpory dcery při studiích, potřebných věcí do domácnosti a denního tisku. Kolem 15 % ze svých příjmů ukládají na spoření a pojištění, je zde zahrnuto i stavební spoření a penzijní připojištění, které platí dceři. Za léky a péči o zdraví zaplatí kolem 5 % výdajů. Volný čas se snaží trávit finančně nenáročnými výlety, občas si zajdou na koncert. Ze služeb domácnost využívá hlavně kosmetické, kadeřnické a telekomunikační služby. Nárůst výdajů zaznamenávají v období Vánoc, kdy nakupují dárky a více potravin, a na jaře, kdy je hodně práce na zahradě a zvýšená potřeba zahradního materiálu.

V tab. 18–20 jsou uvedeny výdaje domácností seniorů podle účelu jak v korunách, tak v procentním vyjádření, naleznete zde i celkové příjmy a výdaje domácností seniorů.

Tab. 18 Výdaje domácností seniorů podle účelu (v Kč)

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
O	1 887	380	683	96	0	4 280	0	0	975	150	2 544
P	2 369	289	905	0	0	3 235	500	0	248	794	2 712
Q	336	185	918	170	5 830	0	0	0	1 936	0	649
R	4 289	351	1 054	565	0	5 940	3 500	0	1 154	950	4 001

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 19 Procentní vyjádření výdajů domácností seniorů podle účelu

	Potraviny	Drogerie	Léky	Oblečení	Nájemné	Inkaso	Pojištění, spoření	Splátky	Služby	Volný čas	Ostatní výdaje
O	17,16	3,46	6,21	0,87	0,00	38,93	0,00	0,00	8,87	1,36	23,14
P	21,44	2,61	8,19	0,00	0,00	29,27	4,52	0,00	2,24	7,18	24,54
Q	3,35	1,85	9,16	1,70	58,16	0,00	0,00	0,00	19,31	0,00	6,47
R	19,67	1,61	4,83	2,59	0,00	27,24	16,05	0,00	5,29	4,36	18,35

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

Tab. 20 Celkové příjmy a výdaje domácnosti seniorů (v Kč)

	Příjmy celkem	Výdaje celkem	Přebytek/nedostatek
O	11 400	10 995	405
P	11 445	11 052	393
Q	10 520	10 024	496
R	22 449	21 804	645

Zdroj: Výdajové a příjmové deníky, n = 18, 15.9–14.9.2015

5.2.6 Srovnání spotřeby různých typů domácností

Po analýze výdajových a příjmových deníků doplněných o poznatky z hloubkových rozhovorů byla u domácností zjištěna rozdílná struktura spotřeby. *Domácnosti mladých pracujících lidí* se vyznačují nejvyššími příjmy na osobu ze všech zkoumaných domácností. Mladí lidé dávají přednost kvalitě, zejména u potravin preferují kvalitnější, zdravější a čerstvé výrobky, vzhledem k tomu u nich byly zaznamenány zvýšené výdaje na potraviny. Jelikož zatím nemají rodiny, ani tolik závazků, hodně se orientují na využívání svého volného času. Peníze často utrácejí za zábavu, posezení s přáteli v restauracích, výlety, záliby, sport a kulturu.

Mladé rodiny také dbají na kvalitu, ale často jim jde i o příznivou cenu, proto se snaží využívat slev a výprodejů. Kvůli svým malým dětem vyhledávají výrobky, které jsou pro ně vhodné a nejsou zdravotně závadné. Oproti jiným domácnostem byly u mladých rodin s dětmi zaznamenány velké výdaje na drogistické zboží a zboží potřebné pro výchovu malých dětí, což souvisí se založením rodiny. Velkou část svých vydání směřují do pojištění, spoření a splátek. Po založení rodiny je pro většinu rodin nejdůležitější zajistit vhodné bydlení, kvůli kterému se často na spoustu let zadluží. Rodiny s dětmi musí myslet na svou budoucnost, snaží se spořit a pojistit se proti nepříznivým událostem, aby svým dětem poskytly jistotu.

Domácnosti matek samoživitelek se často vyznačují špatnou finanční situací, peníze jsou využívány hlavně na základní potřeby, tudíž i při nákupu se klade důraz nejvíce na cenu. Ačkoli to finanční situace nedovoluje, matky dětem chtějí občas dopřát i kvalitnější a dražší produkty. Největší část výdajů připadne na pokrytí výloh za bydlení, potraviny, předškolní a školní docházku dětí. Dalším výdajem jsou splátky různých úvěrů. Půjčky si berou opakovaně, nejčastěji na pořízení potřebných spotřebičů do domácnosti. Za volný čas tento typ domácností příliš neutráčí a na spoření či pojištění jim peníze mnohdy nezbývají vůbec.

Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku ukládají spoustu finančních prostředků do pojištění a spoření. Vzhledem k tomu, že děti v těchto domácnostech dospívají, výdaje na jejich výchovu mají vzrůstající tendenci. Domácnosti s vyššími příjmy se nejvíce orientují na kvalitu, cena pro ně není až tak důležitá. Hojně využívají služby, navštěvují restaurace, kulturní zařízení, dopřávají si i dovoz jídel domů a nové oblečení. Naopak u domácností s nižšími příjmy cena nebo dobrý poměr ceny/kvality hraje důležitou roli. Za volný čas, oblečení a služby utrácejí spíše ojedinele. Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku mají většinou vytvo-

řené zázemí a splacené všechny půjčky. Může však docházet k rozsáhlým rekonstrukcím, na které je potřeba si peníze vypůjčit, nebo použít naspořené prostředky.

Domácnosti seniorů jsou charakteristické nízkými důchody, jejichž velkou část vydají na bydlení a potraviny. Na rozdíl od ostatních domácností mají zvýšené výdaje na léky a péči o zdraví. Senioři žijící v páru mají lepší finanční podmínky, než ti, co žijí osaměle, avšak nejhůře jsou na tom senioři bydlící v domově důchodců. Všeobecně seniorům mnoho volných prostředků nezbývá, občas je musí podpořit jejich rodina. Při nákupu je nejvíce ovlivňuje právě cena, tudíž za služby, volný čas a oblečení příliš neutrácejí. Nejdůležitější je pro důchodce rodina, která jím dělá radost, proto do ní opakovaně investují (dárky vnoučatům, rodinné večere).

5.3 Spotřební preference domácností

Z hloubkových rozhovorů bylo zjištěno, že *mladí vydělávající lidé* se snaží najít volné prostředky, aby mohli různými způsoby trávit svůj volný čas. Jsou zvyklí chodit si posedět se svými přáteli do kaváren a hostinců, rádi si připlatí za dobré jídlo z restaurací, občas si zpříjemňují život návštěvou kina, klubů nebo divadlem. Jejich záliby jsou pro ně taktéž důležité, proto do nich investují, dále se snaží najít peníze na občasnou dovolenou. Ti, kteří se orientují na zdravější životní styl, se snaží i v nepříznivé finanční situaci nakupovat kvalitní potraviny s vyhovujícím složením bez zbytečných chemických aditiv. Pokud mají někteří zlovyky, například kouření, je pro ně samozřejmostí vkládat velké množství peněz právě do nákupu cigaret.

Na druhou stranu je pro některé mladé lidi nesmyslné utrácet značné obnosy peněz právě za cigarety a velké množství alkoholu. Lidem zaměřeným na zdravý životní styl, připadá nepředstavitelné utrácet za potraviny se špatným složením, odmítají nakupovat výrobky zahraničních producentů a spíše se orientují na domácí dodavatele. Přes léto si nekupují ovoce a zeleninu v supermarketech, která je chuťově nesrovnatelná s tou, jež je k dostání na různých trzích. Většinou přišlo zbytečně utrácet za předražené značkové oblečení, za zbytečnosti a nepotřebné věci. Například když jim starší věci stále slouží, nepotřebují každý rok měnit mobilní telefony a notebooky za lepší a výkonnější.

Pro mladé rodiny s dětmi jsou nejdůležitější jejich malé děti, proto se za každé situace snaží najít finanční prostředky právě pro ně. Rodiče se snaží na dětech nešetřit a kupovat jim kvalitní oblečení a obuv. Zpříjemňují jim život a dělají jim radost různými hračkami a sladkostmi. Aby dětem dopřáli hezké dětství, jednou za čas je berou na výlety, aby si společně vytvořili hezké zážitky a vzpomínky. Velký důraz kladou na vzdělávání svých dětí už od malička, proto jim kupují knihy a přihlašují je na různé kroužky již ve školce. Děti si tak toho co nejvíce vyzkouší a zjistí, v čem jsou dobré a v čem se mohou dále rozvíjet.

Vzhledem k tomu, že výdaje spojené s výchovou dětí a vytvářením rodinného zázemí jsou vysoké, pro mladé rodiny je zbytečné utrácet za předražené dovolené a značkové drahé oblečení, stačí jim neznačkové a kvalitní oblečení za dobrou cenu. Dále nepotřebují každý týden chodit do restaurací na obědy, matky si nemusí každý měsíc dopřávat kadeřníka a kosmetiku, otcové zas nerelaxují každý večer

v hospodě u piva s přáteli. Tohle všechno omezují a dopřávají si to jen jednou za čas. Na prvním místě jsou totiž hlavně děti, rodiče omezují spíše své výdaje na volný čas, který pak raději tráví se svými dětmi.

Matky samoživitelky se snaží obohacovat život hlavně svým dětem. Přes rok toho děti většinou moc nedostávají, jedná se spíše o potřebné věci do školy, sem tam nějaké sladkosti. Z tohoto důvodu se matky dětem snaží v období Vánoc všechno vynahradiť a pořídit jim věci, po kterých touží a které si přes rok nemohly dovolit. O prázdninách se snaží dětem udělat radost nějakým výletem nebo menší dovolenou. Život jim zpříjemňuje i nákup velmi potřebného spotřebiče. Jedna z matek uvedla, že se jim doma pokazila pračka, asi dva měsíce prala ručně. Celá rodina byla později nadšená, když si mohli pořídit novou pračku.

Naopak odmítají utrácet za značkové a předražené oblečení, to samé platí i u potravin a vlastně většiny produktů. Dále si nepotřebují kupovat nové spotřebiče a elektroniku, pokud ty staré ještě fungují. Například jedna z domácností má doma starý vysavač, starou a nemoderní televizi s počítačem, všechno zatím svoji funkci dobře plní. Děti by sice chtěly koupit nový počítač, ale zatím se vždy najdou jiné a mnohem důležitější věci, které je nutné obstarat. Na své potřeby matky příliš velký důraz nekladou, spíše se omezují. Dopřejí si sice kadeřníka, víno s přáteli nebo kosmetiku, ale pouze čas od času.

Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku, které mají vyšší příjmy, se zaměřují na využívání svého volného času. V zimě členové domácnosti rádi jezdí na zimní dovolenou na hory, v létě provozují cyklistiku a jezdí často k moři. Zpříjemňují si život dobrým jídlem v restauracích a nákupem kvalitního a značkového oblečením. Aby nějaký ten čas ušetřili pro sebe, raději si připlatí za uklízení služby a rozvoz jídla až domů. Na prvním místě jsou pro rodiče samozřejmě děti, na kterých nešetří. Usilují o to, aby jim poskytli dobré vzdělání a zajistili jim tak lepší výchozí pozici do života. Do vzdělání zahrnují i finanční prostředky vynaložené na cestování a získávání zkušeností v zahraničí. Pokud jejich děti již mají svoje vlastní rodiny, snaží se jim finančně vypomáhat a rádi rozmazlují svá vnoučata. Zbytečnost vidí v utrácení za nadměrný luxus. Kupříkladu uvedli, že nepotřebují luxusní auto, k užívání jim stačí normální, ale kvalitní auto. Také se jim zdá zbytečné neustále utrácet za novou elektroniku, která se každoročně zdokonaluje.

Domácnosti s nižšími příjmy se zaměřují hlavně na vzdělání a koníčky svých dětí. Jen občas si najdou volné prostředky na zimní nebo letní dovolenou. Samozřejmě si rádi jednou za čas zajdou ke kadeřnici a do restaurace, ale za každé situace tyto služby využívat nemusí. Kvůli šetření omezují některé služby, které si mohou udělat doma sami, například pedikúru, manikúru. Také se jim zdá rozmařilé platit peníze navíc za značku, když podobně kvalitní produkt dokážou pořídit levněji.

Senioři se snaží za každé situace nalézt nějaké peníze na péči o své zdraví a léky. Aby jim bylo lépe, kupují si více ovoce a doplňují vitamíny pomocí různých doplňků stravy. Největší radost jim však dělá jejich rodina. Pokud chtějí potěšit někoho ze svých blízkých, na penězích jim moc nezáleží. Nejčastěji nakupují dárky svým vnoučatům. Život si zpříjemňují pobytem ve společnosti, například posezením s přáteli u hry karet v hospodě anebo v době Velikonoc a Vánoc uspořádají

hostinu, aby se mohla sejít celá rodina. Někteří důchodci mají zálibu v četbě knih a pletení. Mladší senioři se ještě snaží finančně vypomáhat svým dětem při studiu nebo po založení jejich vlastní rodiny. Co seniorům připadá úplně zbytečné, je utrácení za drahou kosmetiku, parfémy, za nové oblečení, které nepotřebují (a už vůbec ne za nějaké značkové oblečení), a drahá jídla v restauracích.

5.3.1 Změna preferencí v případě poklesu příjmu domácnosti

Pokud by došlo ke snížení příjmu domácnosti o 10–20 % *mladí pracující lidé* by v první řadě přestali nakupovat oblečení, omezili by výdaje na volný čas, zejména na posezení v restauracích, a přestali by jezdit na dovolenou. *Mladé rodiny s dětmi* by snížily prostředky ukládané do spoření a snažily by se omezit náklady na jízdu autem, přestaly by dovážet jídlo z restaurací domů. Stravenky s ušetřenými penězi by pak využily na základní potřeby. *Matky samoživitelky* by omezily své občasně návštěvy restaurací a využívání služeb, dále by omezily výdaje na oblečení a potraviny, snažily by se nakupovat levnější suroviny.

Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku s vyššími příjmy by omezily náklady na volnočasové aktivity, náklady na dovolené a náklady na pronájmy studujících dětí. Děti by se přestěhovaly zpět domů a do školy by dojížděly. *Domácnosti s nižšími příjmy* by omezovaly především nákup oblečení, občasně dovolené a snažily by se snížit výdaje za potraviny a náklady na bydlení (úsporný režim). *Senioři* by zredukovali útratu za dárky pro rodinu, omezili by už tak nízké výdaje za volný čas, koníčky a zaměřili by se především na snížení výdajů za potraviny.

5.4 Spoření domácností a využívané spořicí produkty

Mladým pracujícím lidem se šetření daří. Těm, co mají vyšší příjmy, se to však daří více. V průměru jsou mladí lidé schopni ušetřit okolo 5–15 % svých příjmů. Hlavní důvody k šetření jsou různorodé. Někteří šetří na dovolenou, na nákup dárků, dále aby si splatili vypůjčené peníze, které použili na studium, jiní využívají ušetřené peníze na mimořádné splácení úvěrů. Dalším motivem je nežít od výplaty k výplatě a plány do budoucna, například pořízení auta, koupě bytu či stavba domu. Všichni mladí při rozhovoru uvedli, že k šetření je vedli rodiče již od malička, někteří si ukládali peníze do pokladničky, někteří měli zřízené účty pro děti.

Své ušetřené prostředky většina z nich nechává ležet na běžném účtu, později větší obnosy přesunují na spořicí účet, odkud je peníze těžší utratit. Jedna mladá žena uvedla, že si šetří na určité věci a peníze si ukládá pouze do obálky. Mladí lidé s vyššími příjmy využívají i další varianty spoření – stavební spoření a účet pravidelného spoření. Téměř všichni využívají také penzijní připojištění. Pouze dvě osoby odpověděly, že si na důchod žádným způsobem nešetří. U jedné osoby je to způsobeno nedostatkem finančních prostředků, jako OSVČ o tom po zlepšení finanční situace uvažuje. Druhá osoba uvedla, že odchod do důchodu se bude stále prodlužovat, tudíž se ho ani nedožije, proto se zatím o tomto typu spoření nerozhodla. Při ukládání svých ušetřených prostředků se všichni rozhodují podle úroků a poplatku za vedení účtu, případně jak často mohou s penězi disponovat. Jediná domácnost

se rozhodovala i na základě rady od svých rodičů, kteří se ve finančním sektoru dobře orientují a ve finanční sféře pracují.

Mladé rodiny s dětmi se na spoření orientují více, než mladí lidé bez dětí. Měsíčně alespoň 10 % příjmu celé domácnosti ukládají na různá spoření a pojištění. Také se snaží, aby jim na konci měsíce ještě nějaké prostředky zbyly. Hlavním důvodem spoření je zaopatření dětí do budoucna a zabezpečení celé rodiny v nepříznivých životních situacích. Ušetřené prostředky využívají na letní dovolené nebo na dárky, případně další potřebné věci pro děti. Dalším významným podnětem pro šetření je to, aby popřípadě dříve splatily hypotéky a různé půjčky.

Využívají nejrozličnějších spořicíh produktů. Všichni mají zřízeno stavební spoření, investiční životní pojištění a větší obnosy si ukládají na penzijní připojištění (využívají maximální příspěvek od zaměstnavatele). Peníze, které jim na konci měsíce zbydou, rodiny nechávají na běžném účtu, aby měly nějakou finanční hotovost ihned k dispozici. Po našetření většího obnosu na běžném účtu ho přesunují na spořicí účet, kde je vyšší úrok, ale dostupnost peněz je stále dobrá. Při rozhodování, kam své peněžní prostředky uložit, je zajímavá hlavně úročení, celková výnosnost, poplatky, které je za vedení účtu nebo využití daného produktu potřeba zaplatit, a celková vhodnost a výhody pro jejich potřeby.

Domácnosti samoživitelů jsou na tom se spořením nejhůř. Rády by šetřily, ale málokdy se jim to z tak nízkých příjmů daří. Hlavním důvodem, proč by si chtěly peníze odkládat, je zaopatření rodiny. V současnosti však dokáží našetřit pouze menší obnosy, za které nakupují potřebné věci pro děti a financují z nich Vánoce. Jelikož toho moc neušetří, všechny zbylé peníze nechávají na běžném účtu. Dříve, když měly více peněz, využívaly spořicí účet. V dnešní době je pro ně spořicí účet zbytečný, protože ušetřené peníze vždy rychle utratí. Jedna domácnost má založeno penzijní připojištění a stavební spoření pro děti, částky, jež tam každý měsíc zasílá, jsou však velmi nízké. Při výběru spořicíh produktů je zajímavá hlavně výnosnost.

U *domácností s hlavou rodiny ve středním věku* můžeme pozorovat podobné spořicí chování jako u mladých rodin s dětmi. Velikost peněžních prostředků přesunutých do spoření je rozmanitá a odvíjí se od velikosti příjmů. Domácnosti s vyššími příjmy tak do spoření přesunují více prostředků, než domácnosti s nižšími příjmy. Domácnosti se mimo jiné snaží, aby jim na konci měsíce z příjmů vždy něco zbylo (5–10 %). Nejvýznamnějším podnětem ke spoření či pojištění je vytvoření rezervy pro případ výpadku jednoho z příjmů, zajištění finančních prostředků pro děti (na studium, cestování a na vlastní bydlení) a zabezpečení na stáří. Dalších důvodů je celá řada, snaží se šetřit, aby si později, až peníze budou potřeba, nemusely půjčovat (na rekonstrukci, opravy, dovolenou a mnoho dalšího).

Spořicíh produktů využívají celou řadu, všechny domácnosti mají stavební spoření a penzijní připojištění, domácnosti s vyššími příjmy šetří také v druhém pilíři. Domácnosti s vyššími příjmy mají zřízeno i investiční životní pojištění a spořicí účet. Velké sumy peněz investují do svých domů, bytů či jiných nemovitostí (koupě zahrady). Pro běžnou spotřebu mají peníze uloženy na běžném účtu. Důležitým kritériem při výběru spořicíh produktů je pro ně výnosnost a vhodnost

na míru pro danou domácnost. Někteří se snaží maximálně využívat nabízenou státní podporu. Pro rodiny s vyššími příjmy je podstatná také diverzifikace, jelikož spoření pro ně představuje velké investice, chtějí mít jistotu, že o úspory nepřijdou.

Domácnosti seniorů mnoho prostředků neušetří. Zejména starší senioři vidí různé spořicí produkty jako zbytečné. Raději si odkládají část důchodu bokem do obálky, ti kteří mají zřízen běžný účet, nechávají peníze tam. Jeden ze seniorů si peníze ukládá na penzijní připojištění a po pár letech celkovou sumu vybere. Hlavním motivem pro šetření je pro ně rodina, aby měli na dárky pro vnoučata. Peníze si odkládají na období, kdy mají vyšší vydání (Vánoce). Někteří uvedli, že si již šetří na pohřeb. U seniorů, kteří jsou čerstvě v důchodu, můžeme pozorovat velký důraz na spoření, spoří si 15 % z celkového příjmu. Jejich nejmladší dcera stále studuje, proto jí spoří do budoucna na stavební spoření a penzijní připojištění, dokud si nebude schopna spořit sama. Dále si tento pár seniorů šetří na své připojištění na důchod, které mají za pár let v úmyslu vybrat. Senioři se většinou rozhodují podle jednoduchosti spoření, nebo si nechávají poradit od svých dětí.

5.5 Úvěrové produkty a využívání služeb finančních poradců

U *domácností mladých pracujících lidí* mají s půjčkou zkušenosti čtyři domácnosti, pouze jedna domácnost zatím nevyužila žádné půjčky, a to ani od rodičů. Většina mladých lidí použila kontokorent, jednalo se o pokrytí výdajů na studium VŠ, o zajištění prostředků na cestu do Francie (práce au pair) a o pokrytí chybějících peněz na dovolenou. Někteří využili půjček od rodinných příslušníků (na studium a podnikání) a spotřebitelských úvěrů na pořízení auta a domácích spotřebičů (vybavení bytu). Většina mladých lidí se rozhoduje podle úroků a doby splácení půjčky. Pouze dvě domácnosti, kdy se jednalo o domácnosti vysokoškoláků, uvedly, že by se rozhodovaly i podle nákladovosti a možnosti mimořádných splátek.

Téměř všechny domácnosti mladých lidí využívají služeb finančního poradce. V některých případech se jedná o rodinného a léty prověřeného poradce, s kterým mají zkušenosti a chovají k němu důvěru. Často je jim však přidělen osobní finanční poradce jejich banky, k němuž velkou důvěru nechovají. O těchto poradcích si myslí, že určitá snaha sestavit produkt na míru tam může existovat, ale vzhledem k tomu, že jsou tito poradci placeni společností, primární je prodej nejvýhodnějšího produktu pro poskytovatele. Jedna osoba se dokonce setkala s tím, že jí byl nabízen produkt, který byl pro ni absolutně nevhodný (životní pojištění a hypotéka v době, kdy byla studentem a neměla žádné volné finanční prostředky). U některých poradců mladí lidé navíc pochybují o jejich fundovanosti, protože mají bohaté zkušenosti s telefonáty svých bývalých spolužáků, kteří jim nabízeli neodolatelné a výhodné finanční produkty.

Domácnosti mladých rodin s malými dětmi mají bohaté zkušenosti s úvěrovými produkty. Jedna domácnost pravidelně používá kreditní kartu ke všem svým platbám, peníze však vždy splácí v bezúročném období. Další půjčky, a to ani od rodiny, nikdy nevyužila, bydlí totiž v rodinném domě s rodiči. Na vybavení domu raději šetří. Další domácnost využila hypotéku na stavbu rodinného domu, kterou bude

ještě minimálně dalších 10 let splácet. Jiným úvěrům od finančních institucí se snaží vyhnout a upřednostňuje půjčky od rodiny a svých přátel, které byly použity na dovybavení domu. Další rodina bydlí v pronájmu a v budoucnu plánuje koupit svého vlastního bytu, na koupě hodlá využít všechny své naspořené prostředky, úvěr ze stavebního spoření a na zbývající částku si plánují vzít hypotéku. V současné době splácí půjčku rodičům, kterou si vzali na pořízení auta. Mladé rodiny jsou při zadlužování více opatrné než domácnosti mladých lidí. Raději si na spoustu věcí našetří a půjčky si berou pouze na věci, na které by šetřili delší dobu. U půjček se rozhodují, nebo by se v budoucnu rozhodovaly, podle úroků a nákladovosti půjčky, u hypotéky je zajímavá výše splátek a jejich případné navýšení, dále fixace úrokové sazby a celková výhodnost hypotéky. Výhodu u půjček od rodiny a přátel vidí v tom, že kolem toho není tolik papírování a podmínky jsou jasně dané domluvou.

Všechny domácnosti mladých rodin někdy využily služeb finančního poradce, uvedly, že hlavním důvodem byla složitost některých produktů. Samozřejmě se při výběru orientují i podle jiných zdrojů, hledají informace na internetu a využívají zkušeností svých známých. Se svými finančními poradci mají vesměs dobré zkušenosti, jsou přesvědčeni o tom, že zřízené produkty jim vyhovují. Všechny rodiny se také setkaly s tím, že jim různí poradci volali a nabízeli produkty, které vůbec nepotřebovaly, ve všech případech se jednalo o pojištění. Jedna z domácností si dokonce nevýhodné pojištění sjednala, později ho zrušila. Společně sdílí názor, že člověk musí být opatrný a všechno si raději ověřit.

Matky samoživitelky jsou kvůli své nepříznivé finanční situaci velmi často nuceny vzít si půjčku, aby tak zajistily potřebné věci do domácnosti. Obě domácnosti si půjčily již několikrát, primárně se obracejí s prosbou o pomoc na své rodiny, ta jim vypůjčuje peníze hlavně na věci pro děti. Dále využívají spotřebitelské úvěry, kterými financují nákupy spotřebičů, bez nichž by se domácnost neobešla. Spotřebitelských úvěrů si již vzali celou řadu, například na pračku, televizi, notebook. Při výběru půjčky se zajímají o výhodnost půjčky a rozhodují se podle velikosti úroků a splátek. Informace vyhledávají na internetu a často se radí se svými rodiči.

Finančního poradce nevyužívají, samozřejmě v bance jim někdo s výběrem úvěru poradí, ale jinak nemají důvod těchto služeb využívat. Pokud by měly více volných prostředků, určitě by o tom uvažovaly. S těmito službami zatím nemají moc zkušeností, jedna z matek ale odpověděla, že její rodina měla velmi špatné zkušenosti s pojistným poradcem, který je nalákal na změnu pojištění pod zámlou lepší výhodnosti pro jejich potřeby, nakonec se zjistilo, že sjednané pojištění nebylo vůbec výhodné. V dnešní době si proto i ona sama dává pozor. Při využívání těchto služeb by se pro jistotu s radou obrátila i na někoho jiného.

Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku využily za svůj život širokou škálu úvěrových produktů, jednalo se například o novomanželskou půjčku, klasickou hypotéku, půjčky od známých a rodiny, úvěr na rekonstrukci bytu od banky, nebo výhodnou půjčku na rekonstrukci domu od obce. V současnosti většina domácností žádnou půjčku nemá, vše se jim podařilo zdárně splatit. Výjimkou je jediná domácnost, která využila půjčku na rekonstrukci domu s nízkým úrokem od obce. Další domácnost představuje zděděný dům, na jehož rekonstrukci vybrala ušetřené pro-

středky ze stavebního spoření. Celkově tyto domácnosti upřednostňují půjčky od rodiny a přátel, kde je větší jistota, že znají všechny podmínky obchodu, další výhodou je to, že půjčka od rodiny není spojena se zdlouhavým papírováním a vyřizováním. Úvěrů od finančních institucí využívaly spíše domácnosti s vyššími příjmy, vždy se zajímaly o náklady na půjčku, výšku splátky, požadavky na zajištění a ohrožení v případě nesplácení.

Domácnosti s nižšími příjmy se raději orientují na půjčky od rodiny a od obce, finančním institucím příliš nevěří, vychází to také ze špatných zkušeností s finančními poradci, kteří jim vytvořili nevýhodné smlouvy. Od té doby služeb finančních poradců nevyužívají. Služeb finančního poradce využívá jen jedna domácnost s vyššími příjmy. Za celý život měla velké množství finančních poradců, dobré či špatné zkušenosti se vždy odvíjely od charakteru člověka. Rady finančních poradců neberou jako nějaké dogma, spíše to vnímají jako doplnění informací, které sami nastřádali z internetu, ze zkušeností, od známých a z dalších podkladů. Samozřejmě platí, že pokud mají s poradcem dobré zkušenosti, začínají mu více věřit a na jeho rady se mohou více spolehnout. Další názor poukazuje na to, že finanční poradce může být vhodný zejména pro lidi, kteří se ve finančním sektoru a složitých pojmech moc neorientují. Finanční poradce pak může těmto lidem mnoho objasnit a vysvětlit.

Senioři si v současné době příliš nepůjčují, na splátky by totiž neměli dostatečné prostředky a také by se báli, aby je někdo nepodvedl. Pokud potřebují půjčit peníze, obracejí se na svou rodinu, která jim vždy ráda vypomůže. Většinou jde o nepředvídané výdaje, například doplatek za plyn, nebo opravu či nákup nového spotřebiče. V minulosti moc peněz neměli, žili od výplaty k výplatě, když potřebovali peníze, využívali zejména půjček od přátel či rodiny a bezúročných půjček od obce na opravy domu. Mladší senioři měli spotřebitelský úvěr na spotřebiče do domácnosti. V dnešní době by si senioři žádný úvěr od banky nevzali, jedním z důvodů je to, že by se nedokázali ve všech informacích orientovat a nerozuměli by jim. V minulosti pro ně bylo všechno jednodušší, půjčky od obce byly bezúročné a důvěryhodnost vysoká, dnes se ve složitých informacích neorientují.

Starší senioři služeb finančních poradců vůbec nevyužívají, vždy se obracejí se na své děti, aby jim pomohly. V rozhovorech senioři sdělili, že mají od rodiny zakázáno nechávat se od kohokoliv k čemukoliv přemlouvát. Senioři, kteří jsou v penzi jen pár let, využívají služeb dvou finančních poradců, jeden se orientuje na stavební spoření a druhý na pojištění. Dlouholeté zkušenost a spolupráce prokázala, že jim mohou věřit, ale v některých případech se stále radí se synem. Vzhledem k tomu, že jde o jejich peníze, chtějí si být jistí, že nejde o něco nevýhodného, za život se totiž setkali s velkým množstvím zdánlivých poradců, kteří se jim snažili vnutit produkty, které byly nevýhodné a které ani nepotřebovali.

5.6 Finanční gramotnost vybraných domácností

5.6.1 Sledování domácího rozpočtu

Aby měly domácnosti lepší přehled o svých financích, je pro ně dobré, vést si domácí rozpočet, který slouží nejen ke zjištění, za co domácnosti nejčastěji utrácí a kde by případně mohly nějaké prostředky ušetřit, ale i k lepší přehlednosti a jistotě při budoucím finančním plánování. Z hloubkových rozhovorů vyplynulo, že pouze tři domácnosti ze všech dotazovaných si vedou domácí rozpočet. Ve všech případech si jej vedou v Excelu, jedna z domácností pouze kvůli účetnictví (domácnost OSVČ), pro další domácnost byl podnětem příjmový a výdajový deník, který si musela vést pro účely této diplomové práce. Většina domácností, které si žádný rozpočet nevedou, vždy na konci měsíce (některé i v průběhu) kontrolují zbytkový stav na běžném účtu. Jedna domácnost k placení využívá pouze kreditní kartu, takže na konci splacení přesně ví, jaké výdaje předchozí měsíc měla.

Domácnosti většinou tvrdily, že jim tento způsob kontroly vyhovuje a mají o financích dobrý přehled, avšak hlavně mladí lidé si stěžovali, že jsou mnohdy překvapení, za co tolik peněz utratili. Důchodci se orientují především podle zbylé hotovosti v peněžence. Senioři, kteří mají běžný účet, se orientují podle měsíčního výpisu. Starší senioři často volají svým dětem, aby jim řekly, kolik peněz na účtu mají, s internetovým bankovníctvím totiž neumí zacházet. Větší finanční rezervu pro případ nouze si tvoří pouze mladé rodiny s malými dětmi a domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku. Matky samoživitelky a senioři nemají tyto rezervy z čeho tvořit a pro mladé lidi to zatím není tak aktuální téma, pokud by přišli například o zaměstnání, nemělo by to pro ně tak velký dopad, jako kdyby měli rodinu a další závazky.

5.6.2 Znalost finanční matematiky

Finanční matematika se zaměřuje na obecné matematické metody a pojmy využitelné v oblasti financí. Znalost finanční matematiky člověku usnadňuje orientaci ve složitém finančním systému, například v nabízených produktech finančních institucí. Většina účastníků při rozhovoru uvedla, že se během studia s finanční matematikou vůbec nesešla. S finanční matematikou přišli do styku pouze ti, kteří navštěvovali vysokou školu či střední školu ekonomického zaměření, a také ti, kteří se s ní setkávají při výkonu své práce. Většina domácností finanční matematiku během života uplatnila. Ti, kteří se s ní ve škole nesešli, se ji museli sami naučit, bez těchto znalostí by podle jejich názoru nebylo možné vytvořit si celkový přehled o výhodnosti jednotlivých produktů.

Senioři finanční matematice vůbec nerozumí, proto se často obrazejí na své blízké nebo finanční poradce, aby jim s výběrem nejvhodnějšího produktu poradili. Co se týče finančních pojmů, pro většinu lidí je těžké se v nich orientovat. Deset domácností odpovědělo, že znají rozdíl mezi kreditní a debetní kartou, když měly rozdíl vysvětlit, správně se to povedlo osmi z nich. Rozdíl mezi debetní a kreditní kartou tudíž vědělo téměř 45 % dotazovaných domácností. Co znamená zkratka

RPSN vědělo šest domácností, přesný význam jednotlivých písmen však uvedly pouze dvě z nich, ostatní pojem dokázaly vysvětlit vlastními slovy. Třetina dotazovaných domácností tedy ví, co se pod pojmem RPSN skrývá. Senioři nedokázali správně vysvětlit ani jeden z pojmů, velké problémy byly patrné i u matek samoživitelů. Pojem RPSN nedokázali vysvětlit ani ti, co mají s úvěry bohaté zkušenosti. Správně odpověděli všichni vysokoškoláci, a ti, kteří vysokou školu teprve studují. Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku se taktéž dobře orientují.

5.6.3 Povědomí o finančních produktech

V dnešní době na finančním trhu působí nepřehledné množství finančních institucí, které poskytují značné množství různých finančních produktů. Ve velkém množství informací je někdy těžké se vyznat, což potvrdily i domácnosti při rozhovorech. Většina domácností se zajímá pouze o ty produkty, které zrovna potřebuje, a dávají přednost spíše finančním institucím, které na trhu působí již delší dobu. Nejvíce daná problematika zajímá mladé lidi, kteří se nebojí využívat i služeb finančních institucí, které jsou na trhu kratší dobu, dávají přednost lepším podmínkám a výhodám. Naopak nejméně se na finančním trhu orientují senioři, nemají ani základní představu o největších bankách, které na trhu působí. V poskytovaných produktech se neorientují už vůbec.

Lidé ve středním věku často zůstávají věrní institucím, s kterými mají dobré zkušenosti. Přechod k jiné finanční instituci by zvažovali až v případě, pokud by byli velmi nespokojeni se službami té stávající. Výhody a nevýhody při výběru běžného účtu dokáže posoudit většina domácností. U úvěrů jsou na tom nejlépe domácnosti, které si již nějakou půjčku sjednaly, získaly totiž zkušenosti a už ví, na co se příště lépe připravit a zaměřit. Naopak nejméně jisté jsou si domácnosti, které zatím mnoho půjček nevyužily, proto se často obracejí na své blízké, kteří mají více zkušeností. Senioři vůbec nedokáží u různých půjček a běžných účtu jejich výhody a nevýhody rozlišit, pokud potřebují, většinou přenechávají rozhodování dětem.

Většina domácností v rozhovoru sdělila, že základní informace předávané finančními institucemi jsou srozumitelné. Například u smluv je však největším problémem jejich obsáhlost. Velmi často jsou ve smluvních podkladech uvedeny i detailní informace, které při sjednání daného produktu nejsou příliš důležité. Člověk je pak přehlcen informacemi a nemusí se mu podařit odlišit to nejdůležitější. Z rozsáhlosti smluv pro něj vyplývá spousta negativ, například přečtení takové smlouvy zabere mnoho času. Aby byl člověk schopen všemu porozumět, některé pasáže si musí přečíst vícekrát.

Ve změti informací se může člověk lehce ztratit, finanční instituce mohou této informační náročnosti využívat, klient pak uzavírá smlouvu, aniž by si byl vědom nebo chápal všechny uvedené podmínky. Domácnosti, které mají více zkušeností, uvedly, že se zaměřují hlavně na údaje psané malým písmem. Pět domácností ze všech dotazovaných si v dřívější době sjednaly produkt, se kterým nebyly spokojeny, většinou se jednalo o pojištění, které jim bylo doporučeno finančním poradcem. Ostatní domácnosti byly zatím se sjednaným produktem vždy spokojeny. Seniorům

se zdají poskytované informace velmi složité, sami na to už nestačí a nerozumí jim, proto by opět využili rad od svých blízkých.

5.7 Shrnutí získaných poznatků

V jednotlivých tabulkách (tab. 21–25) jsou shrnuty získané informace z příjmových a výdajových deníků doplněné o poznatky z hloubkových rozhovorů. Každá skupina domácností je charakteristická svým spotřebním chováním a faktory, které je nejvíce ovlivňují při jejich nákupu. Odlišují se i ve spotřebních preferencích. Rozdíly jsou viditelné také u využívaných spořicí a úvěrových produktů a důvodů jejich sjednávání. Dokonce i úroveň finanční gramotnosti se u jednotlivých skupin velmi liší. U domácností s hlavou rodiny ve středním věku jsou patrné rozdíly mezi domácnostmi s vyššími a nižšími příjmy.

Tab. 21 Klíčové poznatky o domácnostech mladých pracujících lidí

Shrnuté poznatky	
Typické výdaje	Potraviny, volný čas, oblečení
Rozhodující faktor při nákupu	Kvalita, případně kvalita/cena
Omezení	Žádné, nemají zatím rodinné závazky
Na čem nešetří	Volný čas, kvalitní potraviny, koníčky, životní styl
Na čem šetří	Předražené značkové oblečení, nekvalitní potraviny
Důvody spoření	Dovolená, dárky, budoucnost, splátky
Důvody vypůjčování	Studium, vybavení bytu, auto, dovolená, podnikání
Spořicí produkty	Běžný účet, spořicí účet, penzijní spoření
Úvěrové produkty	Kontokorent, spotřebitelský úvěr, půjčka od rodiny
Finanční gramotnost	Část se orientuje (VŠ a SŠ ekonomického zaměření)

Zdroj: Příjmové a výdajové deníky, hloubkové rozhovory, n = 18

Tab. 22 Klíčové poznatky o domácnostech mladých rodin s malými dětmi

Shrnuté poznatky	
Typické výdaje	Pojištění a spoření, splátky, drogerie, věci pro děti
Rozhodující faktor při nákupu	Dobrá kvalita za příznivou cenu
Omezení	Závazky vůči dětem
Na čem nešetří	Věci pro děti, spoření dětem
Na čem šetří	Volný čas, značkové oblečení, předražené dovolené
Důvody spoření	Zaopatření dětí, zabezpečení rodiny
Důvody vypůjčování	Zajištění vlastního bydlení
Spořicí produkty	Spořicí účet, stavební spoření, investiční životní pojištění, penzijní spoření
Úvěrové produkty	Hypotéka, úvěr ze stavebního spoření, půjčky od blízkých
Finanční gramotnost	Část se orientuje (VŠ a SŠ ekonomického zaměření)

Zdroj: Příjmové a výdajové deníky, hloubkové rozhovory, n = 18

Tab. 23 Klíčové poznatky o domácnostech matek samoživitelek

Shrnuté poznatky	
Typické výdaje	Náklady na bydlení, výdaje na školu dětí
Rozhodující faktor při nákupu	Cena
Omezení	Nízký příjem, více zaměstnání
Na čem nešetří	Potřebné věci pro děti, dárky pro děti, potřebné spotřebiče
Na čem šetří	Drahé produkty, dovolená
Důvody spoření	Zaopatření rodiny, Vánoce, dárky
Důvody vypůjčování	Potřebné věci pro děti, spotřebiče
Spořicí produkty	Běžný účet, stavební spoření pro děti
Úvěrové produkty	Spotřebitelské úvěry, půjčky od rodiny
Finanční gramotnost	Moc se neorientují

Zdroj: Příjmové a výdajové deníky, hloubkové rozhovory, n = 18

Tab. 24 Klíčové poznatky o domácnostech s hlavou rodiny ve středním věku

Shrnuté poznatky	
Typické výdaje	Studium dětí, pojištění a spoření, volný čas, rekonstrukce
Rozhodující faktor při nákupu (domácnosti s vyššími příjmy)	Kvalita, zvyk
Rozhodující faktor při nákupu (domácnosti s nižšími příjmy)	Kvalita za dobrou cenu, často jen cena
Omezení	Zaopatření studujících dětí
Na čem nešetří (domácnosti s vyššími příjmy)	Vzdělání dětí, dovolená, značkové oblečení, služby, volný čas
Na čem nešetří (domácnosti s nižšími příjmy)	Vzdělání dětí, občasná dovolená
Na čem šetří (domácnosti s vyššími příjmy)	Luxusní zboží, neustálé novinky v oblasti elektroniky
Na čem šetří (domácnosti s nižšími příjmy)	Služby, volný čas, značkové oblečení
Důvody spoření	Tvorba rezerv, zajištění prostředků pro děti (studium, cestování, budoucnost), zaopatření na stáří
Důvody vypůjčování	Rekonstrukce
Spořicí produkty	Investiční životní pojištění, spořicí účet, stavební spoření, penzijní spoření (domácnosti s vyššími příjmy využívají i druhé pilíř), investice do nemovitostí
Úvěrové produkty	Úvěry na rekonstrukci, půjčky od blízkých
Finanční gramotnost	Většina se orientuje

Zdroj: Příjmové a výdajové deníky, hloubkové rozhovory, n = 18

Tab. 25 Klíčové poznatky o domácnostech seniorů

Shrnuté poznatky	
Typické výdaje	Léky a péče o zdraví, náklady na bydlení, stravu, dárky rodině
Rozhodující faktor při nákupu	Hlavně cena
Omezení	Nízký důchod, malé nebo žádné našetřené prostředky
Na čem nešetří	Léky, ovoce, dárky rodině, koníčky
Na čem šetří	Nové oblečení, drahá kosmetika, návštěva restaurací
Důvody spoření	Dárky pro rodinu, Vánoce, pohřeb
Důvody vypůjčování	Velké výdaje – doplatek na plyn, nákup spotřebiče
Spořicí produkty	Penzijní připojištění (mladší senioři), běžný účet, doma
Úvěrové produkty	Půjčky od rodiny
Finanční gramotnost	Nemají vůbec přehled

Zdroj: Příjmové a výdajové deníky, hloubkové rozhovory, n = 18

5.8 Závěry a doporučení pro instituce na finančních trzích

V dnešní době se s finančními produkty setkávají lidé různého věku – od mladých lidí až po seniory. Čím je člověk starší, tím méně využívá úvěrové produkty a naopak se více zaměřuje na využívání spořicích produktů. *Mladí pracující lidé* si již v dnešní době začínají šetřit na penzi, avšak většinou si odkládají pouze menší částky. Co se týče dalšího spoření, odkládají si peníze spíše na jednorázové větší výdaje, kupříkladu dovolenou. S většími půjčkami, jako jsou hypotéky, zatím nemají zkušenosti, spíše o nich do budoucna přemýšlejí. Někteří v případě potřeby využívají menší úvěr na pokrytí výdajů třeba na zařízení domácnosti, nicméně většina se napřed snaží šetřit, až poté utrácet. Pokud při práci studují, velmi často si půjčují na studium od rodiny.

Mladé rodiny s malými dětmi se od mladých pracujících lidí odlišují v tom, že mají závazky vůči své rodině. Jejich hlavním důvodem ke spoření je právě zajištění rodiny, aby v případě ztráty zaměstnání nebo smrti jednoho z rodičů rodina měla dostatečné prostředky na pokrytí všech potřeb. V tomto životním období se tedy více zaměřují na spoření, využívají investičních životních pojištění, spořicích účtů, svým dětem zřizují stavební spoření a sami si spoří na důchod. Oproti mladým lidem si na penzi odkládají mnohem vyšší částky, snaží se totiž využívat maximální příspěvek od svého zaměstnavatele.

V oblasti úvěrů se pouštějí do náročnějších produktů, které jsou spojeny s vyššími splátkami a delší dobou splácení. Jedná se například o hypoteční úvěry nebo využívání kreditních karet, které vyžadují pravidelný a stabilní příjem. V případě pravidelného nesplácení je úvěr z kreditní karty velmi nákladný. V souvislosti s hypotečním úvěrem musí domácnost platit i pojištění nemovitosti. Domácnosti, které zatím nebydlí ve vlastním, si šetří na stavbu nebo nákup vlastního domu/bytu. K tomuto účelu hodlají využít hypotečního úvěru i úvěru ze stavebního spoření.

Matky samoživitelky využívají více úvěrových produktů, než těch spořicí. Vzhledem k tomu, že tento typ domácnosti má mnohdy k dispozici velmi malé množství finančních prostředků, spořicí produkty se jim ani nevyplatí. Pokud to finanční situace dovoluje, některé matky svým dětem spoří na stavební spoření, většinou se však jedná o velmi malé částky. V případě nedostatku finančních prostředků využívají především spotřebitelských úvěrů na zakoupení potřebných spotřebičů do domácnosti, často také využívají pomoci od rodiny.

Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku kladou větší důraz na spoření než na půjčování. Ve většině případů již mají všechny půjčky splacené. Čím vyšší je příjem domácnosti, tím více domácnost spoří. Avšak i u domácností s nižšími příjmy převládá trend spoření. Hlavním důvodem pro spoření je obstarání dostatečných prostředků na studium dětí a zajištění se na stáří (domácnosti s vyššími příjmy si šetřily kromě třetího pilíře i v druhém pilíři). Dále využívají stavebního spoření pro své děti a spořicí účty. Během svého života některé domácnosti využily velké množství úvěrových produktů, v současnosti už nemají tolik výdajů, většina domácností má svůj vlastní dům či byt a auto, tudíž spíše spoří. V tomto životním období může dojít k situaci, že domácnosti potřebují rekonstruovat dům, k těmto účelům nejčastěji používají naspořené prostředky, ale mohou využít i úvěru na rekonstrukci. Často upřednostňují méně nákladné půjčky od rodiny a přátel.

Senioři, kteří jsou teprve pár let v důchodu, velkou část svých příjmů ušetří. Důvodem je například to, že jejich děti stále studují, nebo že si pořád přispívají na penzijní připojištění. Starší důchodci už moc nešetří a už vůbec si nepůjčují, na splácení půjček totiž nemají dostatečné prostředky. Pokud potřebují peníze, využívají raději půjček od svých blízkých. Senioři často šetří na dárky pro vnoučata nebo na pohřeb. Pro spořicí účely využívají maximálně běžných účtů, spíše si peníze ukládají doma. Někdy si šetří na předem plánované výdaje, v mém výzkumu se jednalo o důchodce, který si formou penzijního připojištění šetří na elektrokolo.

V současné době je finanční trh velmi složitý, pohybuje se na něm velké množství finančních institucí, které nabízejí značné množství různých finančních produktů. Zřizování finančních produktů souvisí s velkou časovou náročností. Klient je informacemi velmi často zahlcen, což způsobuje, že se v nich ztrácí a nedokáže rozlišit nejdůležitější sdělení. Časová náročnost při sjednávání finančních produktů může být redukována využitím finančního poradce, který by se měl v dané problematice vyznat a zároveň by se měl snažit vybrat takový produkt, který je pro klienta vhodný. Při využívání těchto služeb však vzniká riziko, že finanční poradce bude jednat pouze ve svůj prospěch. Domácnosti služeb finančních poradců často využívají, pro některé jsou tyto služby základním zdrojem informací, jiné je vnímají spíše jako doplnění mozaiky již získaných informací. Reputace finančních poradců není u českých domácností příliš valná, tento názor vychází z vlastních špatných zkušeností nebo z doslechu z blízkého okolí.

Špatné porozumění poskytovaným informacím vychází hlavně z nízké finanční gramotnosti české populace. S finanční matematikou se v době studií setkala třetina dotazovaných domácností, vždy šlo o respondenty s vysokoškolským nebo středoškolským vzděláním ekonomického zaměření. Domácnosti s hlavou rodiny

ve středním věku poukázaly na to, že finanční matematika a porozumění finančním pojmům je v životě člověka velmi důležitá, bez ní je velmi těžké vytvořit si ucelený názor na velké množství všemožných finančních produktů a odlišit jejich výhody a nevýhody. Podle výzkumu si pouze 17 % obyvatel ČR dokáže správně vypočítat úroky z úvěrů (MFČR, 2010). Z hloubkových rozhovorů bylo zjištěno, že 45 % všech dotazovaných domácností dokázalo vysvětlit rozdíl mezi debetní a kreditní kartou. V rozhovoru domácnosti často uváděly, že se při výběru úvěru orientují hlavně podle nákladovosti, většina z nich však vůbec neví, co pojem RPSN znamená. Z toho vyplývá, že nejčastějším kritériem při výběru půjčky je hlavně úrok.

Třetina dotazovaných domácností dokázala pojem RPSN vysvětlit, jednalo se převážně o vysokoškolsky vzdělané a mladé lidi, kteří při práci vysokou školu studují, dobré znalosti měly také domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku, které se lépe orientují díky svým nabytým zkušenostem. Nejméně se v pojmech orientovali senioři a matky samoživitelky. Z hloubkových rozhovorů dále vyplynulo, že domácí rozpočet si vedou pouze tři domácnosti, zbytek kontroluje výdaje domácnosti na konci měsíce podle výpisu z běžného účtu. Zvláště mladí lidé jsou mnohokrát překvapeni, za co tolik peněz utratili.

Ve finanční gramotnosti domácností jsou na první pohled patrné mezery. Lidé nejsou již od malička vedeni k tomu, aby se zajímali o své finance. Spoustu z nich má o svých výdajích velmi malý přehled a na konci měsíce jsou zděšeni z toho, kam peníze vlastně zmizely. Samotné domácnosti upozornily na fakt, že kdyby se v době studií s finanční matematikou setkaly, určitě by získaly lepší výchozí pozici pro orientaci ve finančním sektoru. Proto pokládám za nejdůležitější, aby se finanční instituce začaly ještě více angažovat v zavedení výuky finanční matematiky. Určité finanční instituce ve spolupráci s ČNB již malé kroky ke zlepšení této situace provádějí, zaměřují se na některé základní a střední školy, na sociálně slabší a starší občany. Tento způsob má však velmi malý dopad na zlepšení situace finanční gramotnosti. Žádoucí by bylo zavést spíše plošné preventivní opatření.

Nejlepším způsobem, jak trvale zlepšit tuto situaci v České republice, by bylo zavedení výuky finanční matematiky na všech základních školách. Uvedení do problematiky by mohlo probíhat již na prvním stupni (4. a 5. třída). Děti by si tak vytvořily vztah k penězům již od malička. Důležité je, aby začaly vnímat hodnotu peněz a důvod, proč si šetřit. Na druhém stupni by se mohly začít vyučovat základní finanční pojmy, vysvětlit, co je to úrok, RPSN a seznámit žáky se základními druhy spořicími a úvěrovými produkty. Vzhledem k tomu, že žáci na druhém stupni mají větší znalosti v oblasti matematiky, v 8. a 9. třídě by již mohla být zavedena základní finanční matematika, například jak vypočítat jednoduchý úrok, jak si vytvořit splátkový kalendář, nebo jak si vést domácí rozpočet. Tyto základní dovednosti by mohly být dále rozvíjeny na středních školách, kde by se studenti blíže seznámili například s důchodovým systémem.

V dnešní době na spoření na důchod mladí lidé moc nemyslí, ale pokud si již spoří, odkládají si velmi nízké částky, i když po nastoupení do práce mají velmi dobré finanční podmínky (na osobu mají nejvyšší průměrné příjmy). Pokud se má v naší společnosti něco změnit, spolupráce finančních institucí se státem je nevy-

hnutelná. Finanční instituce společně s ČNB by měly apelovat na státní orgány, aby se začaly zajímat o provedení trvalých kroků ke zlepšení situace finanční gramotnosti, neboli zavedení povinné výuky finanční matematiky na základních školách. ČNB a finanční instituce by se taktéž měly nadále zaměřovat na osvětu mezi seniory a sociálně slabšími skupinami.

Umět se orientovat v oblasti financí je v současnosti pro každého člověka velmi důležité. Jak vyplynulo z provedeného výzkumu, všichni se během životních etap stále setkáváme s různými finančními produkty, jak s těmi spořicími, tak i úvěrovými. Pokud se člověk v této oblasti neorientuje, je odkázán na jinou osobu, která však může, ale nemusí jednat v jeho nejlepším zájmu. Člověk alespoň z části orientující se v této problematice má lepší šanci k posouzení, jestli mu daná osoba předává pravdivé informace a pomáhá mu v jeho prospěch. Jedna domácnost se setkala s tím, že jí finanční poradce nabídnul velmi výhodné životní pojištění se spořicí složkou sjednané na dva roky. Po dvou letech spoření si domácnost chtěla uspořené prostředky vybrat, ale zjistila, že neuspořila vůbec nic, zůstatek byl dokonce nižší než vložené prostředky. Právě těmito situacím by nabyté znalosti v oblasti financí mohly předcházet, lidé by nebyli tolik důvěřiví a věděli by, že takovéto výhodné nabídky je třeba prověřovat.

Každoročně roste také zadluženost domácností především z důvodů zvyšování jejich spotřeby. Lidé, kteří mají malý přehled o svých financích, se mohou lehce dostat do situace, kdy se objeví nějaký nenadálý výdaj, na jehož pokrytí nemají dostatečné prostředky. Tyto situace řeší nejčastěji půjčkou. Méně bonitní klienti, kterým banky nechtějí půjčit, se často obracejí na nefinanční instituce. Neznalost a malá orientace v oblasti financí může mít pro takovou domácnost dalekosáhlé důsledky. Pokud například domácnost narazí na instituci provádějící nekalé obchodní praktiky a nedokáže správně rozlišit důležité informace, může se pro pár korun dostat do životně nepřijatelné situace (exekuce, zabavení nemovitosti). Čím více roste zadluženost, tím více se zvyšuje riziko, že domácnosti nebudou schopny své závazky splácet (úvěry v selhání). Nakonec nejsou ohroženy jenom domácnosti, ale i samotné finanční instituce. Zlepšení finanční gramotnosti by mohlo snížit úvěry v selhání, lidé by se alespoň vyhýbali půjčkám s lichvářskými podmínkami a všeobecně by měli lepší schopnost rozlišit, na co se u úvěrů zaměřit.

Z hloubkových rozhovorů vyplynuly ještě další názory na situaci člověka v naší společnosti. Lidé dnes většinou žijí od výplaty k výplatě, někteří nemají moc možností, z čeho šetřit na horší časy. Řada dnešních seniorů žije na hranici chudoby, přestože celý život pracovali. Sociální dávky jsou zneužívány a nejsou efektivně využity tam, kde je to potřeba. Podle názorů dotazovaných členů domácností by se měly finanční instituce zaměřit hlavně na zlepšení přehlednosti jednotlivých finančních produktů, administrativní náročnost spojená s jejich sjednáním by mohla být také redukována. Všichni poskytovatelé v oblasti financí by měli být ve větší míře morální, nemělo by docházet k tomu, že jsou informace poskytovány způsobem, který zákazníky staví do životně nepřijatelných situací. Společnost by takovéto jednání neměla považovat za přijatelné. Dohled by se taktéž neměl zaměřovat pouze na bankovní instituce, ale i na instituce nebankovního charakteru.

Zde jsou pro lepší přehlednost uvedeny hlavní doporučení:

- Spolupráce finančních institucí se státními orgány, zejména ministerstvem školství, a zavedení povinné výuky finanční matematiky již od ZŠ.
 - *První stupeň ZŠ (4. a 5. třída)* – uvedení do finanční problematiky a vytváření vztahu k penězům a šetření již od malička.
 - *Druhý stupeň ZŠ* – seznámení se základními finančními pojmy (úrok, RPSN) a základními finančními produkty.
 - *Druhý stupeň ZŠ (8. a 9. třída)* – výuka výpočtu úroků, sestavení splátkového kalendáře, vedení domácího rozpočtu.
 - *Střední škola* – rozvíjení již osvojených základních dovedností a seznámení studentů s důchodovým systémem.
- Nadále provádět osvětu v oblasti financí, zaměřovat se především na seniory a sociálně slabší skupiny.
- Zlepšení přehlednosti jednotlivých finančních produktů.
- Redukce administrativní náročnosti při sjednávání finančních produktů, zjednodušení smluvních podmínek.
- Morálnější chování finančních institucí a s tím spojený dohled nejenom nad bankovními institucemi, ale i nad institucemi nebankovního charakteru.

5.9 Diskuze

Diplomová práce je založena na kvalitativním výzkumu, vybraný výzkumný vzorek je proto zastoupen pouze menším počtem respondentů ($n = 18$ domácností). Kvalitativní výzkum má oproti kvantitativnímu výzkumu nevýhodu v tom, že standardizace dat je minimální, z čehož vyplývá i nízká reliabilita. I přes tuto skutečnost kvalitativní výzkum umožňuje dosažení vyšší validity a poskytuje komplexnější posouzení dat než u kvantitativního výzkumu.

Z provedeného kvalitativního výzkumu tak byly zjištěny komplexnější informace týkající se spotřeby domácností, jejich spořicíh návyků a úrovně finanční gramotnosti. Z hloubkových rozhovorů byly získány nejen podstatné důvody, které domácnosti vedou k určitému spotřebnímu chování či jejich přístupu ke spoření a půjčování peněz, ale také názory na finanční produkty a situaci na finančním trhu. Z výzkumu dokonce vyplynuly společné znaky a shodné trendy pro stejné typy domácností, které mohou být použitelné jako podklad pro tvorbu hypotéz při dalším zkoumání dané problematiky. Výsledky kvalitativního výzkumu mohou být dále dodatečně doplněny o kvantitativní výzkum, který by byl schopen ověřit získané výsledky.

Taktéž dosud nebyly zaznamenány veřejně dostupné výzkumy či studie, které by se zaměřovaly na řešení finančních nedostatků a spoření různých typů domácností. V České republice se hospodařením domácností zabývá ČSÚ, který vede statistiku rodinných účtů (SRÚ). Data ze SRÚ byly použity v orientační analýze, podle

těchto dat došlo po zažité krizi k oživení spotřeby domácností. Největší příjmy na osobu mají domácnosti zaměstnanců bez dětí, což bylo potvrzeno i primárním výzkumem, kde se domácnosti mladých pracujících lidí bez dětí vyznačovaly nejvyšším průměrným příjmem na osobu.

Dále bylo prokázáno, že s růstem příjmu domácností roste i míra jejich úspor, avšak jsou zde i další faktory, které mají na míru úspor významný vliv. Jedním z nich je například zabezpečení rodiny po narození dětí. Jak bylo zjištěno ze sekundárních dat, úspory domácností v ČR mají vzrůstající tendenci. Domácnosti nejvíce využívají netermínovaných vkladů a zanechávají spoření na termínovaných účtech, což bylo ověřeno i primárním výzkumem, domácnosti často ukládají peníze na spořicí účet nebo běžný účet. Také se zvyšuje množství prostředků přesunutých na penzijní spoření, někteří mladí lidé se snaží na penzi nějaké finanční prostředky odkládat, ale oproti jejich vysokému průměrnému příjmu na osobu se jedná pouze o malé částky. Největší částky si na penzi spoří mladé rodiny s malými dětmi a domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku.

Zadluženost domácností každoročně roste, nejvíce se rozvíjí trh s hypotečními úvěry. Hypoteční úvěry nejčastěji využívají domácnosti mladých rodin s dětmi, hlavním podnětem je pro ně zajištění bydlení (stavba či koupě domu/bytu). Taktéž mladí lidé bez dětí v budoucnu plánují zařizování vlastního bydlení pomocí úvěrů na bydlení (hypotečního i stavebního). Objemy poskytnutých spotřebitelských úvěrů meziročně klesají. Formou spotřebitelského úvěru si v současné době vypůjčují hlavně mladí lidé bez dětí, kteří peníze směřují zejména do cestování, nákupu auta nebo vybavení přechodného bydlení, a matky samoživitelky, které nemají dostatečný příjem na pokrytí všech výdajů.

Informace z provedených kvantitativních výzkumů o finanční gramotnosti byly získány výsledky z diplomové práce potvrzeny, většina domácností se ve finanční terminologii moc nevyzná. Z hloubkových rozhovorů mohly být vyvozeny dokonce důležité závěry, například o příčinách, proč domácnosti finanční terminologii nerozumí, o postojích domácností k finančnímu poradenství a o jejich názorech ohledně složitosti finančního trhu, zejména v oblasti administrativy.

6 Závěr

Cílem diplomové práce bylo zjistit, jakým způsobem různé typy domácností řeší problém nedostatku finančních prostředků, v souvislosti s tím byly identifikovány i způsoby řešení peněžních přebytků. Významná část práce byla zaměřena na problematiku finanční gramotnosti. Ze získaných poznatků byly vyvozeny závěry a doporučení pro instituce působících na finančních trzích. Dále byla analyzována struktura příjmů a výdajů různých typů domácností a jejich spotřební preference, tedy za co jsou ochotny utrácet a za co naopak utrácet odmítají.

První část práce byla věnována literární rešerši, která byla zaměřena na chování spotřebitele a faktory, které jej při spotřebě ovlivňují. Rozebírán byl také finanční trh, finanční produkty a finanční gramotnost. K vyvození závěrů bylo nutné provést primární a sekundární výzkum. Jako zdroj pro primární kvalitativní výzkum posloužily příjmové a výdajové deníky, které si 18 domácností vedlo po dobu jednoho měsíce. Příjmy a výdaje si domácnosti zaznamenávaly v programu Microsoft Excel, kde byly deníky také zpracovány. Informace získané z těchto deníků byly doplněny hloubkovými strukturovanými rozhovory, jichž se zúčastnily všechny vybrané domácnosti. Aby mohly být získané informace lépe interpretovány, byly domácnosti rozřazeny podle fáze životního cyklu do pěti skupin – domácnosti mladých pracujících lidí, domácnosti mladých rodin s malými dětmi, domácnosti matek samoživitelek, domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku a domácnosti seniorů.

Ze sekundárních dat je patrné, že ekonomika se po finanční krizi znovu dostává do fáze oživení, s čím souvisí i nárůst spotřeby domácností. I po finanční krizi se výše úspor domácností v ČR příliš nemění, pohybuje se kolem 11 %. Nejvyšší průměrné příjmy na osobu mají domácnosti zaměstnanců bez dětí, naopak nejnižšími průměrnými příjmy na osobu se vyznačují domácnosti nezaměstnaných. Čím více rostou příjmy domácnosti, tím více se snižuje zastoupení výdajů na nezbytné statky a naopak se zvyšují investiční výdaje. Nejhůře se svými příjmy vycházejí domácnosti neúplných rodin s dětmi a domácnosti úplných rodin se třemi a více dětmi. Objemy úspor domácností každoročně vzrůstají, nejvíce se domácnosti orientují na netermínované vklady, oproti tomu upadají termínované vklady a využívání stavebního spoření.

Zadluženost českých domácností taktéž roste, nejvyužívanějšími úvěry jsou hypotéky. S nárůstem zadluženosti domácností dochází ke zvyšování úrovně rizikových úvěrů (úvěry v selhání), což souvisí především s nedostatečnou úrovní finanční gramotnosti v ČR. Velká část domácností si vůbec netvoří domácí rozpočet, některé mají o svých výdajích jen malý přehled. Ve finančních pojmech se většina domácností příliš neorientuje. Hlavním kritériem při výběru půjčky je výše měsíční splátky a úroková sazba, na vyšší RPSN se domácnosti moc nedívají, většina z nich totiž ani neví, co pojem RPSN znamená. Právě z důvodů špatné úrovně finanční gramotnosti někteří lidé podléhají lákavým až lichvářským půjčkám. Pro pár tisíc pak dochází k bankrotům a exekucím, nejvíce jsou ohroženi lidé s dětmi, nižším vzděláním a nízkými příjmy.

Z primárního výzkumu vyplynulo, že *mladí pracující lidé* vydávají více peněz na potraviny, jelikož je pro ně při nákupu rozhodující především kvalita. Zatím nemají žádné rodinné závazky, proto velké sumy investují do svého volného času. Utrácejí také za oblečení, kde ale nepotřebují drahé značky. Nevyhledávají nekvalitní potraviny. Hlavním důvodem pro spoření je dovolená, nákup dárků a splácení půjček. Také šetří na svou budoucnost. Nejčastěji si vypůjčují, aby pokryli náklady spojené se studiem, započínajícím podnikáním a na jednorázové výdaje – vybavení bytu, nákup auta, dovolená. Ze spořicíh produktů využívají běžné účty, spořicí účty, někteří si také začínají šetřit malé částky na penzi. U úvěrových produktů se zaměřují na kontokorent, spotřebitelské úvěry, ale v prvé řadě využívají pomoc od rodičů.

Mladé rodiny s malými dětmi své výdaje směřují na výchovu dětí a drogerii. Rozhodujícím faktorem při nákupu je pro ně kvalita, ale za příznivou cenu. Nejvíce jim dělají radost děti, proto se snaží, aby měly kvalitní oblečení a vše, co potřebují. Kvůli výchově dětí mají méně volného času, nechtějí utrácet ani za drahé značkové oblečení a předražené dovolené. Velmi důležité je pro ně zabezpečení rodiny a zaopatření dětí, proto velkou část svých příjmů spoří. Využívají investiční životní pojištění, spořicíh účtů, stavebního spoření pro děti a penzijního připojištění. Vzhledem k tomu, že zakládají rodiny, orientují se také na zajištění vlastního bydlení. K těmto účelům využívají hypoték, úvěrů ze stavebního spoření, půjček od blízkých a již naspořené prostředky.

Pro *matky samoživitelky* jsou největší výdaje spojené s bydlením, výchovou a vzděláním dětí. Při nákupu kladou důraz zejména na cenu. Jelikož mají velmi často nízké příjmy, některé se snaží přivydělávat různými brigádami. Nechtějí šetřit na svých dětech, především na jejich potřebách. Čas od času jim chtějí dopřát dárky a menší výlety. Radost jim udělá i nákup dlouho potřebného spotřebiče. Nepotřebují utrácet za dovolené, drahé produkty a drahé oblečení. I když jim mnoho peněz nezbyvá, rády by spořily pro své děti. Ušetřené prostředky směřují na Vánoce, náklady na svůj volný čas spíše omezují. Ze spořicíh produktů využívají běžných účtů a stavebního spoření pro děti, snaží se myslet i na důchod, ale většinou si mohou šetřit jen velmi malé částky, některým matkám na spoření nezbyvá vůbec. Kvůli svým nízkým příjmům si musí půjčovat na nečekané výdaje, nákup spotřebičů zajišťují spotřebitelským úvěrem, na potřebné věci pro děti si půjčují od rodiny.

Domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku vynakládají velké prostředky na vzdělání dětí a výdaje spojené se studiem vysoké školy, dále na spoření a pojištění. Domácnosti s vyššími příjmy si za kvalitní výrobky raději připlatí, domácnosti s nižšími příjmy upřednostňují kvalitu za výhodnou cenu, často je více ovlivňuje cena. Na prvním místě je pro tyto domácnosti vzdělání dětí, proto na něm nešetří. Domácnosti s vyššími příjmy se více zaměřují na trávení volného času, dopřávají si dražší dovolené, nakupují značkové oblečení. Aby ušetřily drahocenný čas, využívají mnoho služeb. Utrácet nechtějí za luxusní zboží a každoroční novinky v oblasti elektroniky. Domácnosti s nižšími příjmy si občas dopřávají dovolené, spíše investují do koníčků dětí. Raději šetří a příliš nevyužívají služby, výdaje na volný čas se snaží omezovat a už vůbec neutrácejí za značkové oblečení. Hlavní důvodem ke spoření je tvorba rezerv, zajištění prostředků pro děti (na studium, cestování, bu-

doucnost) a zaopatření se na stáří. Využívají velké množství spořicíh produktů, investiční životní pojištění, spořicí účet, stavební spoření, investice do nemovitostí, spoření na penzi (domácnosti s vyššími příjmy využívají druhého i třetího pilíře). V této životní fázi mají domácnosti většinou všechny své závazky splacené a spíše šetří, u některých však může docházet k rekonstrukcím domu/bytu. Na tyto účely využívají našetřených prostředků, upřednostňují půjčky od přátel a blízkých nebo si peníze vypůjčují skrze úvěr na rekonstrukci.

Typickým znakem *domácností seniorů* je nízký příjem, jehož velká část je vynaložena na bydlení a potraviny (pro seniory žijící v domově důchodců je velkým výdajem nájem a strava), dále mají zvýšené náklady na léky a péči o zdraví, nemalé prostředky směřují rodině. Peníze se snaží najít hlavně na léky, ovoce, dárky pro rodinu a v malé míře i na své záliby. Naopak si nepotřebují stále nakupovat nové oblečení, drahou kosmetiku ani často navštěvovat restaurace. Starší senioři nemají moc z čeho šetřit, občas je musí podporovat rodina (mladší senioři mají našetřeno více a mohou si ještě na penzi spořit). Hlavním důvodem k ušetření finančních prostředků je rodina, Vánoce, plánované výdaje a pohřeb. Spořicí produkty důchodci příliš nevyužívají, peníze si ukládají doma, případně na běžném účtu, ojediněle využívají penzijního spoření, kde si plánově na nějakou věc spoří. Peníze si vypůjčují převážně od rodiny, nejčastěji je potřebují na pokrytí nečekaných nebo velkých výdajů (doplatek plynu, nákup nového spotřebiče).

Ve výzkumu byla zjišťována úroveň finanční gramotnosti vybraných domácností. Většina z nich se ve světě financí a finančních produktů ztrácí, nejhůře jsou na tom senioři, kteří se při studiu s finanční matematikou vůbec nesetkali a ani ji během života nevyužili. V současnosti se bojí zřízovat si finanční produkty, raději se obracejí na své děti, které se lépe orientují. Nejlépe jsou na tom domácnosti s hlavou rodiny ve středním věku, které v této oblasti získaly za svůj život mnoho zkušeností, a lidé s vystudovanou vysokou nebo střední školou ekonomického zaměření, ti se jako jediní s finanční matematikou setkali. Z výzkumu vyplynul fakt, že domácnosti, které si nejvíce půjčují, se ve finanční problematice málo orientují. Domácnosti se příliš nezajímají o své výdaje, neplánují si domácí rozpočet, pak může lehce dojít k tomu, že se dostanou do nepříznivé finanční situace, kterou musí řešit vypůjčováním peněz.

Na základě tohoto zjištění by finanční instituce měly více spolupracovat jak se státními orgány, tak se školami na tom, aby se s finanční problematikou děti setkaly již na základních školách. Děti si díky tomu od malička vytvoří vztah k penězům a spoření, budou se ve finanční oblasti lépe orientovat. Díky těmto nabytým poznatkům se v budoucnu budou více zajímat o své finance, při výběru a zřízování finančních produktů se budou rozhodovat s rozmyslem, budou vědět, co je důležité sledovat a čeho se naopak mají vyvarovat. Výuka finanční matematiky a orientace ve finanční sféře by působila jako prevence. Výuka na základních a později středních školách by měla být doplněna zaměřením se na starší a sociálně slabší obyvatele. Lidé by měli lepší přehled o svých příjmech a výdajích, vytvářeli by si vyšší rezervy na případy neočekávaných situací a více by si spořili na penzi. Větší využívání finančního plánování v domácnostech by tak snížilo riziko, že se domácnost

dostane do nepříznivé finanční situace. Mohlo by být snižováno i riziko špatného výběru finančních produktů, což by mohlo pomoci zejména při snižování úvěrů v selhání. Lidé budou lépe schopni zhodnotit, jestli jsou pro ně služby finančních poradců a nabízené produkty výhodné.

Hlavním přínosem této práce jsou zjištěné výsledky a vytvořená doporučení, které mohou využít nejen finanční instituce, ale i státní orgány, jako další pramen informací o úrovni finanční gramotnosti v České republice. Z výzkumu také vyplynulo, že samy domácnosti by byly rády, kdyby se situace ve výuce v oblasti financí a finanční matematiky zlepšila a kdyby se o tuto problematiku aktivně začalo zajímat například ministerstvo školství. Tato práce může sloužit jako podklad pro další výzkumy v této oblasti.

7 Literatura

7.1 Knižní zdroje

- BARČÁK, J., SEKERKA, B., SVOBODA, R. *Mikroekonomie: teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013, 283 s. ISBN 978-80-7380-453-4.
- BÁRTA, V., BÁRTOVÁ, H. *Homo spotřebitel*. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2012, 319 s. ISBN 978-80-245-1822-0.
- BÁRTOVÁ, H., BÁRTA, V., KOUDELKA, J. *Chování spotřebitele a výzkum trhu*. 2. vyd. V Praze: Oeconomica, 2004. 243 s. ISBN 80-245-0778-1.
- BUCHTA, M. *Mikroekonomie: pro magisterské studium*. Vyd. 1. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2007, 171 s. ISBN 978-80-7395-036-1.
- ČERNOHORSKÝ, J., TEPLÝ, P. *Základy financí*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 304 s. ISBN 978-80-247-3669-3.
- HEISSLER, H., VALENČÍK, R., WAWROSZ, P. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010, 285 s. ISBN 978-80-7408-040-1.
- HOLMAN, R. *Makroekonomie: středně pokročilý kurz*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010, xiv, 424 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 9788071798613.
- HOLMAN, R. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*. 2., aktualiz. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2007, xvi, 592 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7179-862-0.
- HOŘEJŠÍ, B., KOL. *Mikroekonomie*. 5., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2010, 574 s. ISBN 978-80-7261-218-5.
- JUREČKA, V. *Mikroekonomie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2013, 366 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4385-1.
- KARDES, F., CRONLEY, M., CLINE, T. *Consumer Behavior 2nd*. Stamford: Cengage Learning, 2014. ISBN 9781133587675.
- KAŠPAROVSKÁ, V. *Banky a komerční obchody*. 1. vyd. Kravaře: Marreal servis, 2010. 172 s. ISBN 978-80-254-6779-4.
- KLÍMA, J. *Makroekonomie*. Brno: Brno International Business School, 2004, 124 s. ISBN 80-86575-71-3.
- KOCIÁNOVÁ, H. *Finanční gramotnost v kostce, aneb, Co Vás neměl kdo naučit*. Olomouc: ANAG, 2012, 151 s. ISBN 978-80-7263-767-6.
- KOTLER, P., KELLER, K. *Marketing management*. [4. vyd.]. Praha: Grada, 2013, 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.
- KOTLER, P. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Principles of marketing*. 13th ed. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall, 2009. ISBN 01-370-0669-1.

- KOUDELKA, J. *Spotřební chování*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010, 158 s. ISBN 978-80-245-1698-1.
- KOUDELKA, J. *Spotřební chování a segmentace trhu*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2006, 227 s. ISBN 80-867-3001-8.
- KRAFT, J., BEDNÁŘOVÁ, P., KOCOUREK, A. *Mikroekonomie II*. Vyd. 2., upr. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2013, 193 s. ISBN 978-80-7372-992-9.
- MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing: nové trendy a reflexe změn ve světě*. 3., aktualiz. a přeprac. vyd. Praha: Grada, c2009, 196 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2986-2.
- MICHMAN, R., MAZZE, E., GRECO, A. *Lifestyle marketing: reaching the new American consumer*. Westport, Conn.: Praeger, 2003, xii, 241 p. ISBN 1567206409.
- MOWEN, J. *Consumer behavior*. NEW YORK: MACMILLAN PUBLISHING COMPANY, 1987. 16 s. ISBN 0-02-384590-2
- MULAČOVÁ, V., MULAČ, P. *Obchodní podnikání ve 21. století*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 520 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4780-4.
- NÝVLTOVÁ, R., MARINIČ, P. *Finanční řízení podniku: moderní metody a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, 204 s. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-3158-2.
- PAVLÁT, V. *Globální finanční trhy*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2013, 214 s. ISBN 978-80-7408-076-0.
- POLOUČEK, S. *Peníze, banky, finanční trhy*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2009, xvii, 415 s. ISBN 978-80-7400-152-9.
- PRIDE, W., FERRELL, O. C. *Marketing*. 15.vyd. Mason: South-Western Cengage Learning, 2010. ISBN 9780547167473.
- REJNUŠ, O. *Finanční trhy*. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 760 s. ISBN 978-80-247-3671-6.
- REVENDA, Z. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. 5., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2012, 423 s. ISBN 978-80-7261-240-6.
- SCHIFFMAN, L., KANUK, L. *Nákupní chování*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. 633 s. Praxe manažera. ISBN 80-251-0094-4
- STÁVKOVÁ, J. a KOL. *Trendy spotřebitelského chování*. Brno: MSD, 2006, 115 s. ISBN 80-86633-59-4.
- ŠVESTKA, J., DVOŘÁK, J., FIALA, J. *Občanský zákoník - Komentář - Svazek I (obecná část)*. 1.Vyd. Praha: Wolters Kluwe a.s., 2014. ISBN 9788074784415.
- VYSEKALOVÁ, J. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 356 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.
- ZAMAZALOVÁ, M. *Marketing*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010, xxiv, 499 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-115-4.

7.2 Elektronické zdroje

- AKINYELE, S. T. The influence of children on family purchasing decisions in ota, nigeria. *Journal of Contemporary Management Research*. 2010, 4(2): 1-11 [cit. 2015-10-05]. ISSN 09738266.
- ATKINSON, A., MESSY, F. Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study, *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, 2012, No.15, OECD Publishing. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- Barometr 2015: Spotřeba v Evropě. *Barometr Cetelem* [online]. 2015 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <https://www.cetelem.cz/o-nas/pro-media/barometer-cetelem/>
- BUBÁK, Z., DUSOVÁ, V. Výsledky pěti největších bank v Česku za rok 2014. *Finparada - finance na dlani* [online]. 2015 [cit. 2015-10-27]. Dostupné z: <http://www.finparada.cz/2639-Vysledky-bank-v-lonskem-roce.aspx>
- BUBÁK, Z. Kdy zakládáme životní pojištění? Musí nás něco vystrašit nebo díky narození dítěte. *Finparada - finance na dlani* [online]. 2015 [cit. 2015-10-30]. Dostupné z: <http://www.finparada.cz/2614-Kdy-zakladame-zivotni-pojisteni.aspx>
- Celkový přehled počtu subjektů k určitému dni. *Česká národní banka* [online]. 2015 [cit. 2015-10-28]. Dostupné z: https://apl.cnb.cz/apljerrsdad/JERRS.WEB24.SUBJECTS_COUNTS_2
- CLAUS, I., JACOBSEN, V., JERA, B. 2004. Financial systems and economic growth: An evaluation framework for policy. *The treasury* [online]. New Zealand Treasury, (04/17): 47 [cit. 2015-10-22]. Dostupné z: <http://www.treasury.govt.nz/publications/research-policy/wp/2004/04-17/>
- Co je podílový fond. *ČP Invest* [online]. 2014 [cit. 2015-10-28]. Dostupné z: <http://www.cpinvest.cz/klientsky-servis/investovani-v-kostce/co-je-podilovy-fond.html>
- Cultural Factors affecting Consumer Behaviour. *Management study guide* [online]. 2015 [cit. 2015-10-15]. Dostupné z: <http://www.managementstudyguide.com/cultural-factors-affecting-consumer-behaviour.htm>
- Časové řady výdajů na konečnou spotřebu domácností. *Český statistický úřad* [online]. 2015 [cit. 2015-11-24]. Dostupné z: http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkavyber.spotr_dom
- Česká populace není finančně gramotnější než před 9 lety. *Česká bankovní asociace* [online]. 2015 [cit. 2015-11-24]. Dostupné z: https://www.czech-ba.cz/sites/default/files/150306_tz_emw_final.pdf
- DAHL, D. W., FRAKENBERG, K. D., MANCHANDA, R. V. Does It Pay to Shock? Reaction to Shocking and Nonshocking Advertising Content among University Students, in "Journal of Advertising Research", vol. 43, no. 3, 2003.

- Dohled nad finančním trhem. *Česká národní banka* [online]. 2015 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/dohled_financni_trh/
- Domácnosti seniorů. *Český statistický úřad* [online]. Oddělení metodiky, analýz a diseminace sčítání, 2014 [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/6b004993af>
- DURMAZ, Y. The Influence of Cultural Factors on Consumer Buying Behaviour and an Application in Turkey. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*. USA: Global Journals Inc., 2014, 14(1) [cit. 2015-10-09]. ISSN 2249-4588.
- DURMAZ, Y., TASDEMIR, A. A Theoretical Approach to the Influence of Social Class on Consumer Behavior. *American International Journal of Social Science*. 2014, 3(3): 187-191 [cit. 2015-10-10].
- GAJJAR, N. Factors affecting consumer behavior. *International Journal of Research In Humanities and Social Sciences*. 2013, 1(2) [cit. 2015-10-10]. ISSN 2320 -771X.
- GHERASIM, T. Behaviour Social Factors. *Economy Transdisciplinarity Cognition*. 2013, 16(1): 5-14 [cit. 2015-10-09]. ISSN 14545675.
- GINTER, J. Půjčka v rodině, či známému? Peníze často zmizí v propadlišti. *Novinky.cz - Finance* [online]. 2011 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/finance/228231-pujcka-v-rodine-ci-znamemu-penize-casto-zmizi-v-propadlisti.html>
- HAŠKOVÁ, T. Podílové fondy rekordně rostou. Čeští investoři v nich hledají zabezpečení na stáří. *Moravské hospodářství* [online]. 2015 [cit. 2015-11-03]. Dostupné z: <http://moravskehospodarstvi.cz/article/ekonomika/podilove-fondy-rekordne-rostou-cesti-investori-v-nich-hledaji-zabezpeceni-na-stari/>
- HOVORKA, J. Neférové půjčky nezničí ani nový zákon. *Peníze.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/spotrebitelske-uvery/304339-neferove-pujcky-neznici-ani-novy-zakon-priklad-profi-credit-miliardare-berana>
- HRUŠOVÁ, M. Z půjček nejvíce táhnou hypotéky. Lidé chytrě využívají akci bank. *Hypindex.cz* [online]. 2013 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://www.hypindex.cz/z-pujcek-nejvice-tahnou-hypoteky-lide-chytre-vyuzivaji-akci-bank/>
- CHANNOUF, A., CANAC, D., GOSSET, O. Les effets non spécifique de la publicité subliminale, *Revue europeenne de psychologie appliquee*, no. 49, 1999.
- CHEN, Y., MA, X. Age Differences in Risky Decisions: The Role of Anticipated Emotions. *Educational Gerontology*. 2009, 35(7): 575-586 [cit. 2015-10-08]. DOI: 10.1080/03601270802605291. ISSN 03601277.
- Jaké je složení domácností v ČR? *Český Statistický Úřad* [online]. Odbor statistiky obyvatelstva ČSÚ, 2013 [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/jake_je_slozeni_domacnosti_v_cr20130307
- JANÍČKO, P. Elasticita poptávky a nabídky. *Slide player* [online]. 2014 [cit. 2015-12-28]. Dostupné z: <http://slideplayer.cz/slide/3176153/>

- JERMÁŘ, P. Penzijní fondy transformované a účastnické. *Banky.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-11-03]. Dostupné z: <http://www.banky.cz/penzijni-fondy-transformovane-ucastnicke>
- JIRÁSKOVÁ, J. Kuchařka životního pojištění: základní pojmy, typy životního pojištění. *Peníze.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-10-30]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/233798-kucharka-zivotniho-pojisteni-zakladni-pojmy-typy-zivotniho-pojisteni>
- JUYAL, S. A., SINGH, M. P. Role of females in family buying decision-making-a study among females in uttrakhand. *Vision* (09722629). 2009, 13(4): 15-23 [cit. 2015-10-07]. ISSN 09722629.
- KARLSSON, P. The world's wine consumption 2000-2012. *BKWine Magazine* [online]. 2013 [cit. 2015-10-15]. Dostupné z: <http://www.bkwine.com/features/more/global-wine-consumption-2000-2012/>
- Kontokorent. *Finanční vzdělávání*. Společný vzdělávací projekt finančních asociací a MFČR. [online]. 2007 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://www.financnivzdelavani.cz/webmagazine/page.asp?idk=334>
- KUČERA, P. Mám úspory doma pod polštářem, hlásí každý pátý Čech. *Aktuálně.cz* [online]. 2011 [cit. 2015-10-28]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/finance/mam-uspory-doma-pod-polstarem-hlasi-kazdy-paty-cech/r~i:article:719322/>
- MACEK, J. Jak na dluhopisové fondy a jak moc se vyplatí? *Naše peníze* [online]. 2015 [cit. 2015-11-03]. Dostupné z: <http://www.nasepenize.cz/jak-na-dluhopisove-fondy-a-jak-moc-se-vyplati-12570>
- MALECKÝ, R. ČNB odmítla plán politiků, aby dohlížela na nebankovní domy poskytující spotřebitelské úvěry. *Česká justice* [online]. 2015 [cit. 2015-11-11]. Dostupné z: <http://www.ceska-justice.cz/2015/03/cnb-odmitla-pelikanuv-plan-aby-dohlizela-na-nebankovni-domy-poskytujici-pujcky/>
- MCCULLY, C. P. Trends in Consumer Spending and Personal Saving, 1959-2009. *Survey of Current Business*. 2011,91(6): 14-23 [cit. 2015-10-07]. ISSN 00396222.
- MIHIĆ, M., ČULINA, G. Buying behavior consumption: Social class versus income. *Management*. 2006, 11(2): 77-92 [cit. 2015-10-09].
- MONIOVÁ, E. Úroky v bankách jsou nízké, přesto tam mají lidé skoro dva biliony korun. *IDnes.cz/Ekonomika*[online]. 2015 [cit. 2015-10-28]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/lide-maji-vetsinu-svych-uspor-v-bance-dw1-/ekonomika.aspx?c=A150714_112436_ekonomika_nio
- MONTOYA, D. Y., SCOTT, M. L. The Effect of Lifestyle-Based Depletion on Teen Consumer Behavior. *Journal of Public Policy*. 2013, 32(1): 82-96 [cit. 2015-10-22]. DOI: 10.1509/jppm.10.086. ISSN 07439156.

- Nízká finanční gramotnost v ČR ohrožuje děti a lidi s nižším vzděláním a menšími příjmy. *Česká spořitelna* [online]. 2015 [cit. 2015-11-24]. Dostupné z: http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/news_ie_2530.xml
- OŠKRDALOVÁ, G. O finančním poradenství. *Firemní finance.cz* [online]. 2009 [cit. 2015-11-09]. Dostupné z: <http://firmy.finance.cz/zpravy/finance/271696-o-financnim-poradenstvi/>
- PAVLÍKOVÁ, E., ROZBOŘIL, B. Consumerism and Indebtedness. *Procedia Economics and Finance*. 2014, 12: 516-522 [cit. 2015-11-28]. DOI: 10.1016/S2212-5671(14)00374-8. ISSN 22125671.
- Personal Factors affecting Consumer Behaviour. *Management study guide* [online]. 2015 [cit. 2015-11-09]. Dostupné z: <http://www.managementstudyguide.com/personal-factors-affecting-consumer-behaviour.htm>
- PIKTURNIENÉ, I., URBONAVIČIUS, S. Spending and saving patterns of two consumer age groups during economic downturn and recovery of 2009-2011 in lithuania. *Ekonomika / Economics*. 2014, 93(4): 72-84 [cit. 2015-10-20]. ISSN 13921258.
- Při nákupu akcií se zajímejte o odvětví, ve kterém firma působí. *Investia.cz* [online]. 2011 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://www.investia.cz/pri-nakup-u-akcii-se-zajimejte-o-odvetvi-ve-kterem-firma-pusobi>
- RANI, P. Factors influencing consumer behaviour. *International Journal of Current Research and Academic Review*. 2014, 2(9): 52-61 [cit. 2015-10-08]. ISSN 2347-3215.
- SANDU, M. C. Important elements in consumer's decision-making process. *Quality of Life (1018-0389) / Calitatea Vietii* [online]. 2014, 25(4): 365-373 [cit. 2015-10-11]. ISSN 10180389.
- Seznam členů ČLFA nabízejících systematicky spotřebitelské úvěry. *Česká leasingová finanční asociace* [online]. 2013 [cit. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.clfa.cz/index.php?textID=51>
- TANNAHILL, B. A. The Role of Financial Literacy in Retirement Decision Making. *Journal of Financial Service Professionals*. 2012, 66(2): 32-35 [cit. 2015-10-18]. ISSN 15371816.
- TANNER, J., RAYMOND, M. Societal Factors That Affect People's Buying Behavior. *Flat World* [online]. 2010 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z: http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/2030?e=fwk-133234-ch03_s05#fwk-133234-ch03_s05
- TELYUKOVA, I. A. Household Need for Liquidity and the Credit Card Debt Puzzle. *Review of Economic Studies*. 2013, 80(3): 1148-1177 [cit. 2015-11-18]. ISSN 00346527.
- The brewers of europe. *Beer statistics 2014 edition*. 2014 [cit. 2015-10-15]. ISBN 978-2-9601382-3-8.

- Třetí pilíř českého důchodového systému – doplňkové penzijní spoření. *Důchodová reforma* [online]. 2012, 2014 [cit. 2015-10-28]. Dostupné z: <http://www.duchodovareforma.cz/penzijni-pripojisteni/iii-pilir-ceskeho-duchodoveho-systemu-bude-doplnekove-penzijni-sporeni/>
- TŮMA, O. Stavební spoření paběrkuje. Vyplatí se ještě? *Peníze.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-10-28]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/stavebni-sporeni/303369-stavebni-sporeni-paberkuje-vyplati-se-jeste>
- TŮMA, O. Kolik vám loni vydělalo penzijní spoření: Známe výnosy penzijních společností. *Peníze.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-03]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/penzijni-pripojisteni/300229-kolik-vam-loni-vydelalo-penzijni-zname-vynosy-penzijnich-spolecnosti>
- Události ČT 1. *Česká televize* [online]. 2015 [cit. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1097181328-udalosti/215411000101106/>
- URBÁNEK, D. Druhy podílových fondů. *Investujme.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://investice.finance.cz/podilove-fondy/druhy-podilovych-fondu/>
- Úvěry na bydlení. *Českomoravská stavební spořitelna* [online]. 2015 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <https://www.cmss.cz/uvery-na-bydleni>
- Úvěry na bydlení jsou výhodné. *Asociace českých stavebních spořitelen* [online]. 2014 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://www.acss.cz/cz/stavebni-sporeni/stavebni-sporeni-v-mediich/uvery-na-bydleni-jsou-vyhodne/>
- Úvěr z kreditní karty. *Finanční vzdělávání*. Společný vzdělávací projekt finančních asociací a MFČR. [online]. 2007 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://www.financnivzdelavani.cz/webmagazine/page.asp?idk=333>
- VERMA, D., KAPOOR, S. Dimensions of Buying Roles in Family Decision-making. *IIMB Management Review (Indian Institute of Management Bangalore)*. 2003, 15(4): 7-14 [cit. 2015-10-18]. ISSN 09703896.
- Výběrové šetření Životní podmínky (EU-SILC). *Český statistický úřad* [online]. 2014 [cit. 2015-11-24]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/23178400/zp_metodika_20150625_cz.pdf/1ce4d7af-1c0c-484d-9b06-259c5ff1aece?version=1.1
- Vybrané aspekty vývoje výdajů a spotřeby domácností v Česku. *Český statistický úřad* [online]. 2012 [cit. 2015-11-22]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/vybrane-aspekty-vyvoje-vydaju-a-spotreby-domacnosti-v-cesku-n-ehvelycznw>
- Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů. *Český statistický úřad* [online]. 2015 [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vydani-a-spotreba-domacnosti-statistiky-rodinnych-uctu-4-ctvrtleti-2014-xgp270jvsj>

- Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů - domácnosti podle postavení osoby v čele, podle velikosti obce, příjmová pásma, regiony soudržnosti. *Český statistický úřad* [online]. 2015 [cit. 2015-11-22]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vydani-a-spotreba-domacnosti-statistiky-rodinnych-uctu-za-rok-2014-domacnosti-podle-postaveni-osoby-v-cele-podle-velikosti-obce-prijmova-pasma-regiony-soudrznosti>
- Výzkumy k finanční gramotnosti. *Ministerstvo financí České republiky* [online]. 2010 [cit. 2015-11-24]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/o-ministerstvu/odborne-studie-a-vyzkumy/2012/vyzkumy-k-financni-gramotnosti-9406>
- ZÁRUBA, O. Neživotní pojištění: Pojištění osob - kdy ano a kdy ne. *Investujeme.cz* [online]. 2007 [cit. 2015-10-30]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/nezivotni-pojisteni-pojisteni-osob-kdy-ano-a-kdy-ne/>
- ZACHRDLA, P. Placené či bezpoplatkové finanční poradenství? *Peníze.cz* [online]. 2004 [cit. 2015-11-09]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/financni-poradenstvi/16457-placene-ci-bezpoplatkove-financni-poradenstvi>
- Zpráva o vývoji finančního trhu v roce 2014. *Ministerstvo finanční České republiky* [online]. 2015 [cit. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/soukromy-sektor/kapitalovy-trh/financni-stabilita-a-dohled/vyvoj-financniho-trhu/2014/zprava-o-vyvoji-financniho-trhu-v-roce-2-21618>

Přílohy

A Finanční zprostředkovatelé

Jelikož finanční zprostředkovatelé se zaměřují na nabízení různých druhů finančních instrumentů, liší se i struktura jejich aktiv a pasiv. Podrobnější strukturu aktiv a pasiv u jednotlivých institucí zachycuje tab. a.

Tab. a Struktura aktiv a pasiv jednotlivých finančních zprostředkovatelů

Druh zprostředkovatele	Hlavní aktiva (užití fondů)	Hlavní pasiva (zdroj fondů)
Depozitní instituce		
Komerční banky	Firemní úvěry Spotřebitelské úvěry Hypotéky Vládní dluhopisy Municipální dluhopisy	Depozita
Stavební spořitelny	Úvěry na bydlení	Depozita
Družstevní záložny	Spotřebitelské úvěry	Depozita
Ostatní finanční instituce		
Hypoteční banky	Hypotéky	Hypoteční zástavní listy
Smluvně spořicí instituce		
Pojišťovny	Firemní dluhopisy Vládní dluhopisy Akcie	Pojistné
Penzijní společnosti	Firemní dluhopisy Vládní dluhopisy Akcie	Příspěvky zaměstnanců a zaměstnavatelů
Investiční zprostředkovatelé		
Podílové fondy	Firemní dluhopisy Vládní dluhopisy Akcie	Podílové listy
Nebankovní subjekty		
Nebankovní instituce	Spotřebitelské úvěry na splátky Osobní půjčky Kreditní karty	

Zdroj: Černohorský, Teplý, Základy financí, 2011, str. 139, upraveno

1. Depozitní instituce

Mezi depozitní finanční instituce řadíme komerční banky, stavební spořitelny a družstevní záložny. Jejich společným znakem je to, že jsou financovány především depozity (Černohorský, Teplý, 2011).

Banky jsou podnikatelské subjekty, jejich hlavní činností je finanční zprostředkování v podobě přijímání vkladů, vykonávání platebního styku a poskytování úvěrů. Pojem banka je jednoznačně definován v zákonu o bankách⁹, který vychází z příslušných předpisů Evropské unie. V souladu s tímto zákonem banky musí splňovat následující podmínky:

- bankami se rozumí právnické osoby, které musí mít formu akciové společnosti se sídlem v České republice,
- k výkonu své činnosti banky musí získat bankovní licenci, kterou uděluje ČNB po splnění stanovených podmínek,
- banky přijímají vklady od veřejnosti a poskytují úvěry, dále mohou vykonávat i jiné činnosti, pokud jsou obsaženy v udělené licenci (Kašparovská, 2010).

Bankovní systém je dále upravován vyhláškami a opatřeními vydanými ČNB. V ČR mohou být zřizovány pobočky zahraničních bank. Banky se sídlem v EU mohou zřizovat své pobočky bez udělení licence ČNB a to na základě jednotné evropské bankovní licence, kdežto banky mimo EU musí ke své činnosti získat licenci od ČNB. V současnosti v České republice působí čtyřicet jedna *komerčních bank a poboček zahraničních bank* (ČNB, 2015). Zásadní roli na českém bankovním trhu hraje pět největších bank – Česká spořitelna, a.s., Českomoravská obchodní banka, a.s., Komerční banka, a.s., Unicredit Bank, a.s. a Raiffeisenbank, a.s. (Bubák, Dusová, 2015).

Vedle univerzálních bank, které poskytují velkou škálu bankovních produktů, na českém bankovním trhu působí i tzv. banky specializované. Patří sem *stavební spořitelny*, které neposkytují úplnou škálu bankovních služeb, ale zaměřují se výhradně na stavební spoření a stavební úvěry. V ČR působí šest stavebních spořitelen, z nichž nejvýznamnější postavení zaujímá Českomoravská stavební spořitelna, a.s. (ČNB, 2015). Dále zde řadíme dvě *banky se státní účastí*. Jedná se o Českou exportní banku, která se zaměřuje na podporu vývozu a exportní úvěry, dále o Českomoravskou záruční a rozvojovou banku podporující malé a střední podniky. Posledním zástupcem specializovaných bank jsou *banky hypoteční*, které nepatří mezi depozitní instituce, jelikož zdrojem fondů nejsou depozita, nýbrž hypoteční zástavní listy (Reveda a kol., 2012).

Charakter depozitní instituce mají i *družstevní záložny*, jsou to nebankovní finanční instituce, které poskytují spotřebitelské úvěry. Jejich činnost je upravena zákonem o spořitelních a úvěrních družstvech.¹⁰ Podle ČNB v ČR k dnešnímu dni působí jedenáct družstevních záložen.

⁹ Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění pozdějších předpisů

¹⁰ Zákon č.87/1995 Sb., o spořitelních a úvěrních družstvech a některých opatřeních s tím souvisejících a o doplnění zákona České národní rady č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů.

2. Smluvně spořicí instituce

Pojišťovny a penzijní fondy zahrnujeme do smluvně spořicích institucí, které své zdroje získávají díky pravidelným platbám od svých klientů. Získané zdroje se snaží zhodnotit, proto je využívají k investování do akcií a dluhopisů. Vzhledem k tomu, že platby od klientů mají dlouhodobý charakter, mohou instituce držet relativně malý podíl likvidních aktiv (Černohorský, Teplý, 2011).

Pojišťovny mají na základě získaného oprávnění právo vykonávat pojišťovací, eventuálně zajišťovací činnost. Provozování pojišťovací činnosti je upraveno v zákoně o pojišťovnictví.¹¹ Hlavní úlohou pojišťoven je uzavírání pojistných smluv s klienty, kteří tímto způsobem chtějí zredukovat následky nepříznivých vlivů na svém majetku či zdraví. Zdroje získané z placeného pojistného jsou v případě potřeby použity k vyplacení pojistných plnění. V současné době u nás působí padesát pět pojišťoven a zahraničních poboček pojišťoven a jedna zajišťovna (ČNB, 2015).

Pojišťovny mají povinnost vytvářet technické rezervy sloužící k uhrazení budoucích závazků. Technické rezervy u životního pojištění bývají vloženy do dlouhodobých finančních instrumentů, neboť v tomto případě se jedná většinou o dlouhodobý proces spoření. Oproti tomu u technických rezerv neživotního pojištění je požadováno, aby byly vkládány do krátkodobých instrumentů. Společně se zůstatky na krátkodobých účtech tak tvoří potřebnou likviditu k pokrytí škod na majetku či zdraví (Nývtová, Marinič, 2010).

Penzijní společnosti jsou oprávněny ke shromažďování a obhospodařování veškerých prostředků účastníků (i příspěvků zaměstnavatelů) uložených na osobních účtech v důchodových, transformovaných a účastnických fondech (MFČR, 2015). Penzijní systém v ČR se skládá ze tří pilířů. První pilíř představuje povinné státní důchodové pojištění, reforma v roce 2013 přinesla rozšíření o druhý pilíř, který je tvořen dobrovolným důchodovým spořením. Po rozhodnutí vlády bude druhý pilíř na počátku roku 2016 zrušen. Třetí pilíř se od roku 2013 skládá ze starých smluv o penzijním připojištění (transformované fondy) a nových smluv doplňkového penzijního spoření (účastnické fondy).¹² Tyto fondy jsou podle zákona o doplňkovém penzijním spoření spravované penzijními společnostmi.¹³ Uspořené finanční prostředky jsou poté využity jako doplněk státního sociálního zabezpečení v podobě dodatečného příjmu pro účastníky, kteří si tak zajišťují udržení životní úrovně i v době, kdy již nejsou ekonomicky aktivní (Důchodová reforma, 2014). Na českém trhu působí osm penzijních společností a funguje zde dvacet sedm účastnických a osm transformovaných fondů (ČNB, 2015).

3. Investiční zprostředkovatelé

Hlavní rozdíly u investičních zprostředkovatelů jsou ve způsobu přeměny kapitálu a také ve velikosti řízených aktiv. V posledních letech se na finančním trhu objevují nové typy investičních fondů – například hedge fondy, suverénní fondy a private

¹¹ Zákon č. 277/2009 Sb., o pojišťovnictví

¹² Do transformovaných fondů již nelze vstupovat, existují pouze pro stávající účastníky, kteří se do nich rozhodli vstoupit do konce listopadu 2012, noví zájemci vstupují do účastnických fondů.

¹³ Zákon č. 427/2011 Sb., o doplňkovém penzijním spoření.

equity. Vzhledem k tématu této práce se budu zabývat pouze podílovými fondy, které mají využití i pro menšího českého investora (Černohorský, Teplý, 2011).

Investiční společnosti mají formu akciových společností a obhospodařují různé druhy fondů. V České republice podléhají úpravě podle zákona o investičních společnostech a fondech.¹⁴ Jedním z produktů investičních společností jsou podílové fondy. Podílové fondy jsou založeny na principu kolektivního investování, kdy lidé s podobnými cíli vkládají peníze do společného fondu. Kapitál vložený do podílového fondu se pak stává společným majetkem všech investorů. Tito podílníci mohou být jak právnické, tak i fyzické osoby, může se taky jednat o drobné či velké investory, kteří za své vložené peněžní prostředky získají podílové listy (Polouček a kolektiv, 2009).

V současnosti na českém trhu působí třicet investičních společností a poboček zahraničních investičních společností, které spravují sto devadesát pět podílových fondů (ČNB, 2015). Existují otevřené podílové fondy umožňující investorům právo na zpětný odkup podílových listů investiční společnosti a uzavřené fondy, které jsou méně časté a odkup umožňují jen v určitou dobu nebo pouze na burze. Významnými výhodami otevřených podílových fondů jsou vyšší výnosy, diverzifikace rizika, nízké transakční náklady, profesionální správa, vysoká likvidita, dostupnost i pro menší investory (investice již od stovek či tisíců korun), velký výběr a mnoho dalšího (ČP Invest, 2014).

4. Nebankovní subjekty

Do nebankovních institucí spadají leasingové, faktoringové a forfaitingové společnosti a instituce ostatního úvěrování. Nebankovní instituce představují podnikatelské subjekty nebo soukromé osoby nabízející podobné produkty jako banky, například osobní půjčky, spotřebitelské úvěry na splátky atd. (Rejnuš, 2014). Jedná se většinou o rychle získané peníze vykoupené vyšším úrokem. Na rozdíl od komerčních bank tyto instituce nemají přístup k informacím o svých klientech, jedná se spíše o negativní informace z registru dlužníků. Nebankovní instituce by měly splňovat zákonné a etické normy, některé z nich spadají pod dohled České leasingové a finanční asociace. Nebankovními subjekty jsou například Provident Financial s.r.o., Home Credit a.s., Cetelem a.s. (ČLFA, 2013). Řada nebankovních institucí provádí nekalé obchodní praktiky (lichvu), protože jsou mimo dohled České obchodní inspekce. Ministerstvo spravedlnosti a financí plánovalo jednotný dohled ČNB nad nebankovními institucemi. Obě ministerstva jsou toho názoru, že počet nebankovních institucí na trhu zvyšuje objem spotřebitelských bankrotů a dluhových pastí. Vzhledem k tomu, že by se jednalo o systémově rozporný krok a neumožňují to ani pravidla Evropské unie, jednotný dohled nad nebankovními institucemi není zatím možný (Malecký, 2015).

¹⁴ Zákon č. 240/2013 Sb., o investičních společnostech a investičních fondech

B Nástroje využívané přebytkovými spotřebiteli

Většina lidí v České republice generuje určitý příjem, který je vzápětí spotřebován. Aby každá domácnost správně fungovala, musí vynakládat peněžní prostředky na pokrytí potřeb jednotlivých členů domácnosti a její chod. V první řadě jde o základní výdaje na stravu, bydlení a jeho provoz, ošacení a péči o děti. Většina spotřebitelů vynakládá prostředky také na zábavu, volný čas, cestování a zpestření svého života. Pokud všechny dostupné finanční prostředky nejsou spotřebovány, část příjmu přebývá a většina domácností tak řeší, jak se zbylými prostředky naložit a využít je.

Lidé mají značné množství možností, kam své přebytečné prostředky uložit, v dnešní době k tomuto účelu slouží široké spektrum finančních produktů. I přesto si v roce 2011 téměř pětina Čechů nechávala své úspory „ležet doma pod polštářem“. Takto uložené úspory nejenže nevytvářejí žádné zhodnocení, ale jejich hodnota je dokonce snižována inflací (Kučera, 2011). Uvedeme si to na příkladu. Fisherova rovnice:

$$r_N = r + \pi_e \quad (1)$$

nám udává vztah mezi nominální úrokovou mírou (r_N), reálnou úrokovou mírou (r) a očekávanou mírou inflace (π_e). Pokud se tedy „peníze doma“ úročí nulovou nominální sazbou a inflace je 5 %, reálně se nám peníze znehodnocují o 5 %. V roce 2014 byla míra inflace 0,4 % a úroková sazba na běžném účtu se pohybovala od 0,01 % do 0,05 %, tudíž dlouhodobě uložené peníze se zde znehodnocovaly (Holman, 2010).

Bankovní depozitní produkty

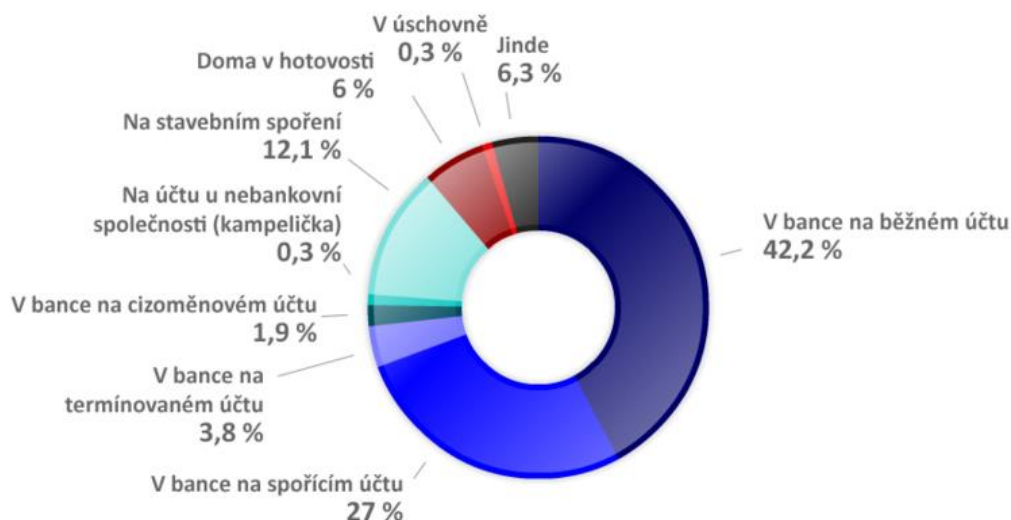
Banky získávají finanční zdroje prostřednictvím vkladových bankovních produktů. Mezi nejzákladnější patří vklady na viděnou, termínované a úsporné vklady. *Vklady na viděnou* zahrnují vklady na požádání, vista vklady a běžné vklady, bývají umístěny na běžném eventuálně na kontokorentním účtu. Úroková sazba na těchto účtech bývá velmi nízká, až nulová (zhodnocení v řádech setin procenta). Hlavním důvodem je vysoká likvidita a možnost mít vklad kdykoliv k dispozici. K běžnému účtu bývá často jako doplněk zřizován spořicí účet, úrok na něm je vyšší než na běžném účtu – až dvě procenta. *Termínované vklady* poskytují vyšší zhodnocení než běžné účty, s vloženými prostředky však nelze určitou dobou disponovat. Podle doby uložení rozlišujeme tři typy termínovaných vkladů – krátkodobé (s výpovědní lhůtou do jednoho roku), střednědobé (výpovědní lhůta od dvou do tří let) a dlouhodobé (výpovědní lhůta nad čtyři roky). K *úsporným vkladům* jsou bankami vystavovány doklady ve formě vkladních knížek či vkladních listů. (Revenda a kol., 2012)

Lidé, kteří spoří, mají své prostředky uloženy nejčastěji u bank na běžném účtu. Ačkoli jsou úrokové sazby z vkladů na svých minimech, lidé si na své běžné a spořicí účty uložili přes 1,2 bilionů českých korun. Většina Čechů je stále konzer-

vativní a na jiný druh investování se dívá skepticky. Kromě toho chtějí mít finanční rezervu neustále k dispozici zejména k pokrytí neočekávaných výdajů, ale i jako jistotu v současné nejisté době (Moniová, 2015).

Speciálním druhem úsporného vkladu je *stavební spoření*, které mimo jiné umožňuje získání úvěru na bydlení. Po dlouhodobém spoření účastníci získávají zpět své našetřené prostředky spolu se státní podporou, která činí až dva tisíce korun ročně, a zároveň mohou využít možnosti získat stavební úvěr. Stavební spoření už nejsou tak lákavá jako dříve, spoření s úrokem přes dvě procenta je již minulostí, dnes se úroky pohybují kolem jednoho procenta. Avšak zejména pro konzervativní klienty může být stavební spoření výhodné. Pokud během roku vloží minimálně dvaceti tisíc korun na účet, získají k tomu státní podporu ve výši dvou tisíc korun. Zhodnocení vkladu v tomto případě převyšuje čtyři procenta (Tůma, 2015).

Z obr. a je podle průzkumu pro MF DNES patrné, kam lidé nejčastěji ukládají své úspory.¹⁵



Obr. a Kam lidé většinou ukládají své úspory

Zdroj: Průzkum pro MF DNES, 2014

Další formu bankovních depozitních produktů představují různé druhy emitovaných dluhových cenných papírů. Radíme zde bankovní dluhopisy, depozitní směnky a hypoteční zástavní listy. *Hypoteční zástavní listy (HZL)* jsou speciální dluhopisy, jejich emisi zajišťují hypoteční banky a zdroje z nich získané využívají pouze na poskytování hypotečních úvěrů. HZL patří mezi bezpečné cenné papíry, jelikož jsou kryty pohledávkami z hypotečních úvěrů, které vždy musí být zajištěny zástavním právem k nemovitosti (Rejnuš, 2014).

¹⁵ Průzkum byl uskutečněn Equa bank

Pojišťovny

Lidé mají hned několik motivací, proč se pojistit. Různé druhy nepředvídatelných situací mohou vést ke ztrátě příjmů, střechy nad hlavou a majetku, nebo k neschopnosti zaopatřit sebe a celou rodinu. Pojistných produktů existuje celá řada, dělí se podle toho, jestli spadají pod životní nebo neživotní pojištění.

Životní pojištění je dlouhodobý finanční produkt, jehož hlavním cílem je zabezpečení pojištěné osoby a jejích blízkých před důsledky negativních událostí. U prostředků vkládaných do životního pojištění rozlišujeme kapitálovou složku a složku pro krytí rizik. Kapitálová složka je zhodnocována a při skončení pojištění je klientovi vyplacena, kdežto riziková složka zůstává pojišťovně (pokud tedy nedojde k pojistné události). Podle výzkumu patří k hlavním impulzům pro sjednání životního pojištění narození dítěte nebo vážné onemocnění blízkého člověka.¹⁶ Pro lidi je důležitější finanční jistota v těžké životní situaci, spořicí motiv se tak dostává do pozadí (Bubák, 2015). Životní pojištění dělíme na:

- **Pojištění pro případ smrti (rizikové pojištění)** – slouží pouze ke krytí rizik smrti (popřípadě i úrazu, invalidity, závažného onemocnění) a tudíž neobsahuje spořicí složku. Pokud v době platnosti smlouvy dojde k pojistné události, pojistné plnění je vyplaceno osobám uvedeným v pojistné smlouvě.
- **Pojištění pro případ dožití (důchodové pojištění)** – jedná se o pojištění se spořicí složkou, není zde kryto riziko smrti. Je uzavíráno za účelem finančního zajištění a udržení si životní úrovně v době důchodu. Může být vyplaceno jednorázově, nebo formou měsíční doživotní renty (Rejnuš, 2014).
- **Smíšené životní pojištění** – jde o kombinaci předchozích dvou pojištění, je sestaveno z rezervotvorné složky a rizikové složky, rozlišujeme u něj dvě formy. *Kapitálové životní pojištění* je více konzervativní, výhodou je, že pojišťovna vždy garantuje výši minimálního zhodnocení, klient však nemůže investování ovlivňovat. U *investičního životního pojištění* si klient sám volí investiční strategii. Vzhledem k tomu, že zde neexistuje garance minimálního výnosu, můžeme získat méně finančních prostředků, než jsme vložili. Investiční životní pojištění se sjednává na delší období, v dlouhém horizontu se totiž lépe eliminují propady na finančních trzích. V poslední době je velice oblíbené flexibilní životní pojištění, které si klient může nastavit přesně podle svých potřeb (Jirásková, 2015).

Pro *neživotní pojištění* je specifické, že výskyt rizikové události je absolutně náhodný, na rozdíl od životního pojištění, kde se pracuje s relativně náhodnými jevy (smrt nastane vždy, ale nevíme kdy). Neživotní pojištění je sjednáváno za účelem krytí různých rizik, není tudíž tvořena žádná spořicí složka. Zařazujeme zde pojištění osob, majetku a odpovědnosti. Neživotní pojištění obsahuje velmi mnoho produktů – například úrazové pojištění, pojištění pracovní neschopnosti, pojištění nemovitosti, pojištění domácnosti, havarijní pojištění, povinné ručení atd. (Záruba, 2007).

¹⁶ On-line výzkum společnosti Ipsos pro Pojišťovnu České spořitelny

Penzijní fondy

Reforma důchodového systému přinesla mnoho změn. Pokračovatelem penzijního připojištění jsou transformované fondy, stávající klienti tak mohou pokračovat ve svých sjednaných smlouvách. Noví zájemci mohou od roku 2013 vstupovat pouze do účastnických fondů. Rozdíly mezi uvedenými fondy jsou znázorněny v tab. b.

Tab. b Rozdíly mezi transformovaným a účastnickým fondem

Parametr	Transformovaný fond	Účastnický fond
Garance nezáporného zhodnocení	Ano	Ne
Výsluhová penze	Ano	Ne
Investiční strategie	Konzervativní	Konzervativní až dynamická
Očekávané zhodnocení	nízké	nižší až vyšší
Předdůchod	Ne	Ano (při splnění podmínek)
Kdy lze vybrat	V 60 letech (u starších programů i dříve)	5 let před získáním nároku na penzi
Forma výběru	Jednorázově nebo doživotní renta	Jednorázově, doživotní renta, renta na dobu určitou (minimálně 3 roky)

Zdroj: Jermář, Analytické oddělení Banky.cz, 2014

Účastnické fondy jsou výhodné zejména pro mladé zájemce. Ti tak s velkou pravděpodobností mohou získat mnohem větší výnos než u transformovaných fondů, jejichž výnosy se sice vždy pohybují v černých číslech, ale častokrát nemusí pokrýt ani výši inflace. Přejít z transformovaných fondů do účastnických se však nevyplatí lidem, kteří za několik let dosáhnou věku šedesáti let (jejich investiční horizont po přestupu do účastnických fondů by byl kratší než 10 let) (Jermář, 2014).

Přes pět milionů obyvatel v České republice si v roce 2014 spořilo na důchod, z nich necelých 230 tisíc v účastnických fondech. I přes vysoké výnosy, které v minulém roce účastnické fondy dosáhly (v průměru kolem pěti procent, u nejlepšího fondu dokonce dvanáct procent), v ně lidé zatím nemají velkou důvěru, odrazuje je hlavně riziko nízkých či záporných výnosů, ale také regulace, kterou je potřeba zmírnit (Tůma, 2015). V listopadu roku 2015 byly schváleny návrhy, které by mohly třetí pilíř zatraktivnit. První změnou, která by mohla přilákat více nových klientů, by měla být možnost využívat doplňkového penzijního spoření již od narození, rodiče by tak svým potomkům spořili již od malička. Tento návrh vychází se stejného principu, na kterém je založeno stavební spoření. Další návrh se týká změny danění výnosů při výplatě našetřených prostředků (nyní 15% daň), pokud se dokonce jedná o jednorázový výběr, daní se nejen výnosy, ale i příspěvky zaměstnavatele. Od daně by měli být osvobozeni ti klienti, kterým bude penze vyplácena déle než 10 let (Události ČT 1, 6.11.2015).

Podílové fondy

Další možností, kam investovat své přebytečné finanční prostředky, jsou podílové fondy. Na trhu je dostupné nepřeberné množství fondů, které jsou členěny podle různých kritérií. Primárně se podílové fondy dělí podle struktury portfolia.

- **Fondy peněžního trhu** – charakteristickým znakem je krátký investiční horizont maximálně do jednoho roku, nízké riziko a vysoká likvidita, investice do konzervativních aktiv jako jsou krátkodobé dluhopisy a pokladniční poukázky. I přes nízký výnos se jedná o nejvyužívanější typ fondů ze strany tuzemských investorů¹⁷ (Urbánek, 2008).
- **Dluhopisový fond** – delší investiční horizont (minimálně dva až tři roky), výnosy i riziko je vyšší než u fondů peněžního trhu. Nejméně rizikové jsou dluhopisy státní, dále dluhopisy kvalitních společností, jejichž rating není horší než BBB.¹⁸ Podstatně rizikovější jsou dluhopisy, které jsou na spekulativní úrovni, jedná se například o dluhopisy s vysokým výnosem a dluhopisy rozvíjejících se zemí (Macek, 2015).
- **Smíšené fondy** – jsou složeny z nástrojů peněžního trhu, dluhopisů a akcií. Od poměru jednotlivých druhů aktiv v portfoliu je odvozována rizikovost fondu i dlouhodobější doba investování (tři až pět let). Podíly jednotlivých aktiv jsou v portfoliu přeskupovány podle aktuální situace, pokud například akciový trh roste, zvyšuje se podíl investic do akcií, v opačné situaci se zvyšuje podíl investic do dluhopisů a instrumentů peněžního trhu (Urbánek, 2008).
- **Akciové fondy** – vysoká rizikovost je v tomto případě vykoupena vysokým ziskem. Investiční horizont by měl být dlouhodobý, minimálně na pět let. Riziko akciových fondů se odvíjí od charakteru odvětví, ve kterém firma působí. Pro cyklická odvětví je charakteristický růst v období expanze a útlum v období recese (stavebnictví). Anticyklická odvětví naopak během recese dosahují vyšších zisků (televizní společnosti). Neutrální odvětví nejsou hospodářským cyklem ovlivněna (farmaceutický průmysl) (Investia, 2011).

Dalšími druhy jsou komoditní a nemovitostní fondy, fondy fondů či zajištěné fondy. Investice do podílových fondů výrazně rostou, podle výkonné ředitelky AKAT do fondů investuje každý sedmý Čech. Téměř devět procent úspor domácností je vkládáno do podílových fondů, se západní Evropou se však stále nemůžeme srovnávat. Většinu majetku v podílových fondech drží drobní investoři, které lákají zejména narůstající výnosy v akciových a smíšených fondech (Hašková, 2015).

¹⁷ Podle statistik asociace AKAT (Asociace pro kapitálový trh) je do fondů peněžního trhu soustředěno až 40 % všech investic do podílových fondů.

¹⁸ Rating se využívá k hodnocení bonity ekonomických subjektů. Nejčastěji jde o kreditní rating, který slouží k posouzení důvěryhodnosti emitenta – zda je schopen splatit své závazky. Je udělován ratingovými agenturami, mezi nejvýznamnější patří Standard & Poor's, Moody's a Fitch-IBCA.

C Nástroje využívané deficitními spotřebiteli

Značná část domácností nedisponuje přebytečnými peněžními prostředky a některé z nich si nemohou dovolit utrácet už vůbec. Finanční situace spotřebitelů se výrazně zhoršily zejména po roce 2008. Většina Evropanů musela svou spotřebu omezit kvůli ekonomické krizi, která zapříčinila nepříznivou finanční situaci domácností či nejistotu zaměstnání. Od roku 2014 dochází k oživení hospodářského růstu i růstu spotřeby ve většině zemí EU (Barometr Cetelem, 2015).¹⁹ Na trhu je dostupné velké množství finančně úvěrových produktů, které mohou být využity k pokrytí různých výdajů. Hlavní a spotřebiteli nejvyužívanější produkty jsou rozebrány níže.

Půjčky od známých a příbuzných jsou stále hojně využívány. Rodiče tímto způsobem vypomáhají svým dětem zejména v době, kdy zakládají svou vlastní rodinu. Často nejsou půjčky žádným způsobem zabezpečeny, fungují tzv. na dobré slovo. Ale pozor, i půjčka mezi dobrými kamarády či příbuznými může skončit nesplacením, navrácení peněžních prostředků pak může být vymáháno soudní cestou. Všechny půjčky by tudíž měly být zabezpečeny písemnou dohodou nebo písemným dokladem – smlouvou, směnkou (Ginter, 2011).

Kontokorent je bankovní produkt, umožňuje kombinaci běžného účtu s možností čerpat krátkodobé úvěry. Pokud má klient u banky sjednán kontokorentní účet, může z něj čerpat i v době, kdy už na účtu nemá žádné vlastní prostředky. Maximální výše úvěru je stanovena limitem. Typickým znakem kontokorentních úvěrů je poměrně vysoké úročení (deset až dvacet procent) a vysoké sankční úroky za překročení limitu. Proto se nedoporučuje, využívat kontokorent jako dlouhodobou půjčku. Banky před schválením požadují, aby klienti splňovali různé podmínky, například dostatečný příjem (Finanční vzdělávání, 2007).

Spotřebitelské úvěry jsou poskytovány obchodními bankami, ale i nefinančními splátkovými institucemi. Slouží k pokrytí výdajů spotřebitele na spotřební zboží a různých služeb – školné, dovolená. Úrokové sazby jsou poměrně vysoké a závisí na mnoha faktorech, například na době splatnosti, účelnosti či neúčelnosti úvěru, schopnosti klienta splatit úvěr, tzv. scoring.²⁰ Klienti využívající spotřebitelské úvěry by se měli zajímat především o RPSN, což je roční procentní sazba nákladů, která udává podíl z dlužné částky, který je potřeba věřiteli zaplatit za dobu jednoho roku (Reveda a kol., 2012). Některé krátkodobé půjčky především od nebankovních institucí mají RPSN závratně vysoké. Většina spotřebitelů si ani nedokáže vypočítat, kolik je daná půjčka nakonec stojí, což nahrává do karet především podvodným institucím a lichvářům. Od první poloviny roku 2016 bude uplatněn nový

¹⁹ Průzkum provedl Barometr Cetelem v roce 2009 až 2014 u reprezentativního vzorku obyvatel dvanácti evropských zemí.

²⁰ Scoring slouží k hodnocení klienta, na základě kredibility je mu přiděleno skóre. Klienti, kteří včas splácí, mají skóre vyšší než ti, kteří včas nesplácí. Banky tyto informace čerpají z databází o existujících klientech.

zákon o úvěrech pro spotřebitele, který by měl omezit, ale bohužel ne zcela vymýtit, nekalé praktiky některých institucí (Hovorka, 2015).

Hypoteční úvěr je dlouhodobá půjčka na financování výstavby, rekonstrukce, či nákupu nemovitosti. Úvěr bývá zaručen zástavním právem k nemovitosti a pro jeho získání musí klient splnit ještě několik podmínek, například pojištění dané nemovitosti. Hypoteční úvěry jsou rozlišovány podle účelu využití na dva typy, a to účelové a neúčelové. Klasická účelová hypotéka lze využít pouze na zajištění bydlení. Americkou hypotéku klienti mohou využívat na cokoliv – movité věci, studium dětí, luxusní dovolené (Rejnuš, 2014). Neúčelové hypotéky jsou oproti účelovým hypotékám úročeny vyšším úrokem, který tak odráží vyšší vnímání rizika. Zájem o hypoteční úvěry stále více stoupá zejména díky snižující se úrokové sazbě, která se v dnešní době pohybuje kolem dvou až tří procent, a možnosti refinancování hypotečního úvěru s garancí úrokové sazby (Hrušová, 2013).

Výdaje na bydlení mohou být pokryty *úvěrem ze stavebního spoření*, který lze získat společně se stavebním spořením při splnění podmínek uvedených ve smlouvě. Klient musí spořit minimálně dva roky a musí naspořit určité procento z cílové částky. Pokud klient podmínky řádného úvěru nesplňuje, může mu stavební spořitelna poskytnout úvěr překlenovací. Jelikož se v obou případech jedná o úvěry účelové, musí být využity pouze na vyřešení bytové situace a klient je povinen stavební spořitelně tuto skutečnost doložit (ČMSS, 2015). Financování bydlení úvěrem ze stavebního spoření je v dnešní době rozhodně výhodnější než ze spotřebitelských úvěrů. Nejčastěji ho lidé využívají k rekonstrukci kuchyně či modernizaci koupelny. I přes to, že mnoho lidí má stavební spoření sjednáno, jsou paradoxně stále více využívány úvěry spotřebitelské (AČSS, 2014).

Kreditní karta umožňuje čerpat kredit bez potřeby vlastních finančních prostředků. Každý majitel karty má jiný limit pro čerpání úvěrů, závisí hlavně na jeho spolehlivosti splácet. Kreditní karty byly primárně vytvořeny k bezhotovostnímu platebnímu styku. Pokud je karta využívána pouze bezhotovostně a majitel splatí úvěr v bezúročném období (40 – 55 dní), nemusí platit úroky (Kociánová, 2012). Po uplynutí bezúročného období je úrok poměrně vysoký. Klienti mohou využít i služby výběru hotovosti. Výběry jsou vysoce zpoplatněny a většina bank po výběru již neposkytuje bezúročné období ke splacení úvěru (Finanční vzdělávání, 2007). V České republice nejsou kreditní karty tak rozšířené jako například v USA. Až čtvrtina domácností v USA se značně zadlužila díky úvěrům z kreditních karet. I přesto, že většina domácností v průměru drží větší objem prostředků než je potřeba na splacení dluhů z kreditek, tyto prostředky k tomuto účelu nevyužijí a drží si je jako rezervu pro pokrytí neočekávaných výdajů (Telyukova, 2009).

D Ukázka příjmového a výdajového deníku

Počet členů v domácnosti	1	2	3	4	5	6	7	8 a více
Složení domácnosti	1 dospělá + 2 děti							
Umístění domácnosti	město	vesnice	kraj:	jihočeský				

DATUM	DEN	PŘÍJMY	
		PŘÍJEM (v Kč)	ZDROJ PŘÍJMU <i>mzda, důchod, půjčka, atd.</i>
15.09.2015	Úterý	13 258	mzda
16.09.2015	Středa		
17.09.2015	Čtvrtek	1 700	alimenty
18.09.2015	Pátek	2 000	alimenty
19.09.2015	Sobota		
20.09.2015	Neděle		
21.09.2015	Pondělí	2 000	příjem z brigády (úklid)
22.09.2015	Úterý		
23.09.2015	Středa		
24.09.2015	Čtvrtek		
25.09.2015	Pátek		
26.09.2015	Sobota		
27.09.2015	Neděle		
28.09.2015	Pondělí		
29.09.2015	Úterý		
30.09.2015	Středa		
01.10.2015	Čtvrtek		
02.10.2015	Pátek		
03.10.2015	Sobota		
04.10.2015	Neděle		
05.10.2015	Pondělí		
06.10.2015	Úterý		
07.10.2015	Středa		
08.10.2015	Čtvrtek		
09.10.2015	Pátek		
10.10.2015	Sobota		
11.10.2015	Neděle		
12.10.2015	Pondělí		
13.10.2015	Úterý		
14.10.2015	Středa		
Příjmy celkem		18 958	
Výdaje celkem		19 721	
přebytek/nedostatek		-763	

VÝDAJE (v Kč)										
POTRAVINY	DROGERIE	LÉKY	OBLEČENÍ	NÁJEMNÉ	INKASO	POJIŠTĚNÍ SPOŘENÍ	SPLÁTKY	SLUŽBY kadeřník, kosmetika, atd.	VOLNÝ ČAS sport, kultura, restaurace, atd.	OSTATNÍ VÝDAJE
125								760		622
210								750		250
						300		480		
568	60					200				420
165									120	
235	180	145	299							750
101										
95										
168										
442	60		159		4 993					
36										
151										
254								840		
68							1 259	399		
391	221							399		
139									130	
288			85							
318										
143										
635	185									320
85										
172										
95										
102			349							
4 986	706	145	892	0	4 993	500	1 259	3 628	250	2 362
25%	4%	1%	5%	0%	25%	3%	6%	18%	1%	12%

VÝDAJE (slovně)			DEN	DATUM
SLUŽBY <i>kadeřník, kosmetika, atd.</i>	VOLNÝ ČAS <i>sport, kultura, restaurace, atd.</i>	OSTATNÍ VÝDAJE		
obědy škola		pomůcky do školy	Úterý	15.09.2015
školka obědy, svačiny		kroužek klavír	Středa	16.09.2015
Anička autobus měsíc			Čtvrtek	17.09.2015
		plavání Anička	Pátek	18.09.2015
	posezení s přáteli		Sobota	19.09.2015
			Neděle	20.09.2015
		učebnice Anička	Pondělí	21.09.2015
			Úterý	22.09.2015
			Středa	23.09.2015
			Čtvrtek	24.09.2015
			Pátek	25.09.2015
			Sobota	26.09.2015
			Neděle	27.09.2015
			Pondělí	28.09.2015
			Úterý	29.09.2015
jízdné do práce na měsíc			Středa	30.09.2015
internet			Čtvrtek	01.10.2015
mobil paušál			Pátek	02.10.2015
	posezení s přáteli		Sobota	03.10.2015
			Neděle	04.10.2015
			Pondělí	05.10.2015
			Úterý	06.10.2015
			Středa	07.10.2015
			Čtvrtek	08.10.2015
		zubař	Pátek	09.10.2015
			Sobota	10.10.2015
			Neděle	11.10.2015
			Pondělí	12.10.2015
			Úterý	13.10.2015
			Středa	14.10.2015

E Ukázka rozhovoru – přepis

Rozhovor byl proveden v obývacím pokoji rodinného domu *domácnosti K*. Rozhovoru se zúčastnili dva členové domácnosti, manžel společně se svou manželkou.

Takže můžeme přejít k rozhovoru? Budu si ho nahrávat, abych si všechny odpovědi nemusela zbytečně psát, souhlasíte s tím?

Můžeme, ale jsme z toho trošičku nervózní.

To nemusíte být nervózní, o nic nejde.

Tak teda začněme (smích).

Napřed bych se Vás chtěla zeptat, co Vás nejvíce ovlivňuje při nákupu?

No, hm (přemýšlí).

Pokud nevíte, tak si zkuste vzpomenout třeba na Vaše poslední nákupy.

Mhm, tak pro nás je nejdůležitější v prvé řadě kvalita a potom je zvyk, co používáme a co často kupujeme.

Dobře. A platí to u všeho, nebo je to u různých typů produktů jiné?

No více méně u všeho, jestli se bavíme o potravinách nebo o oblečení, jestli si vybere nějakou značku, tak se k ní zvykově vracíme, no a kvalitou to je to samé.

Jasně. A co se týče období krize od roku 2009 do roku 2013, pocítili jste nějakou změnu, která nějak ovlivnila Vaši spotřebu?

No jako pocítili, protože jsme závislí na firemních obratech, takže to je přímo spojený ehm s firemními příjmy to naše odměňování. Takže příjmy se snížily a tím pádem došlo ke změně vlastně po roce 2008.

No a co se v té Vaší spotřebě konkrétně změnilo?

(odmlka) To už teďka nedokážeme asi přesně říct. Jako co se změnilo ve spotřebě. Jako ten náš přístup se až tak nezměnil, spíše šlo o to, že děti v té době měli tu potřebu jinou, než mají v současnosti. Tenkrát jsme více dokázali ušetřit, jako větší částky, a více investovat do stávajícího bydlení, respektive splatit všechny půjčky z předchozího období.

Aha, po té krizi jste tedy měli jen nižší příjmy a struktura Vaší spotřeby se nezměnila, nebo ano?

No, potom jak začaly děcka studovat vysokou školu, tak ta spotřeba hodně vzrostla a už jsme nedokázali, hlavně teda kvůli těm nižším příjmům, tolik ušetřit jako dřív.

A teď po krizi se ta Vaše finanční situace zlepšuje?

No moc ne, ty příjmy jsou stále nižší, než byly před krizí. Ten trh, na který se v práci orientujeme, je prostě v propadu.

Jasně. Tak přejdeme k další otázce. Existují nějaké věci, na které se snažíte najít peníze za každé situace? Můžou to být třeba i věci, kterými si zpříjemňujete život.

Tak hm, je to vlastně využití volného času, třeba dovolená, ehm jezdíme rádi na hory na lyže, to je hlavně v zimě, a potom v létě cyklistika.

Takže se většinou jedná o ty volnočasové aktivity? Nebo si ještě na něco jiného vzpomene?

No, snažíme se najít peníze vřdycky na vzdělání našich dětí, tak aby měli po škole tu výchozí pozici co nejlepší.

A co třeba věci, za které nechcete utrácet? Existuje něco takového?

Ano existují. Jsou to určitě věci, které mají charakter nadměrného luxusu a o kterých si myslíme, že je nepotřebujeme. Nebo nedokážou nám přinést nějaký důležitý užitek.

A o co se jedná, můžete uvést nějaký příklad?

Jako stačí nám auto, které splňuje ten účel dopravy, nemusí to být něco, co vyloženě má nějakou luxusní nálepkou značky, třeba jako Ferrari, Porsche nebo podobné věci (smích).

Tak a teď si představte situaci, že dojde ke snížení Vašeho příjmu, třeba o deset až dvacet procent. Změní se nějak ta Vaše spotřeba?

No tak to už je výrazné snížení, určitě se změní.

A co třeba v první řadě přestanete nakupovat?

No pro nás by to znamenalo to, že bychom se to snažili řešit omezením těch volnočasových aktivit nebo náročnosti v rámci těch volnočasových aktivit. Potom bychom asi řešili náklady na bydlení, protože děcka bydlí na privátech v místě studia a podobně, takže to bychom řešili tak, že bychom bydleli v jedné domácnosti a spíš by dojížděly do toho Brna.

Takovou tu základní potřebu Vaší domácnosti by to tedy neovlivnilo, jen v těch výdajích na to studium? Třeba nákup potravin a tak to byste neomezovali?

Ne to zatím ne, to by to snížení muselo být výraznější.

Čím vším je během roku tvořen příjem celé vaší domácnosti?

Jako jsou to mzdy a ty prémie, nějaký úroky z uložených peněz to je tak marginální záležitost, že to nemá smysl se tím vůbec zabývat.

A kolik procent Vám každý měsíc přibližně zbyde?

No, jak kdy, ale dokážeme ušetřit i kolem deseti až dvaceti procent z toho našeho příjmu.

Ano, je jasné, že ta spotřeba každý měsíc není vždy stejná. Máte tedy nějaké období, kdy nejvíce utrácíte?

No, jako nejvíc utrácíme v zimě a v létě. Jak jsem říkal, je to hlavně kvůli těm volnočasovým aktivitám a v zimě kvůli Vánocům, máme velkou rodinu, takže tak.

A připravujete se na ty období, kdy máte vyšší výdaje s předstihem?

Vždycky si šetříme a ukládáme si peníze, nikdy to neřešíme tak, že bychom šli a někde si na to peníze půjčili.

Mhm, takže Vám více vyhovuje si na tyto období šetřit, než půjčovat.

Jojo, přesně tak.

V průběhu let je normální, že se u domácností mění struktura jejich spotřeby. V čem se v posledních letech změnila struktura spotřeby ve Vaší domácnosti?

Tak vzhledem k tomu, že děcka dorůstají, tak je to spojené s nárůstem nákladů na oblečení, stravování a ubytování. A potom je to na vzdělávání těch dětí, protože do toho zahrnujeme i možnost cestovat, podívat se někde do světa a podobně. Takže tahle spotřeba narostla, protože dokud děcka chodily na základku a střední školy, tak jako ehm tyhle ty potřeby tady nevznikaly.

Mohli byste mi teď přiblížit obvyklý způsob nákupního rozhodování u Vás doma? Jakým způsobem se rozhodujete? Spíše společně, nebo každý za sebe?

No, máme to tak nějak sortimentně rozčleněný. To znamená, že oba se staráme o nákup potravin a těch věcí denní spotřeby, manželka se stará o nákup hygienických potřeb a drogerie, taky o nákup oblečení.

A o vybavení domácnosti a finančních produktech u Vás rozhoduje kdo?

O vybavení rozhodujeme společně s manželkou, no a jak a kde uložit finanční prostředky, o to se starám já.

A co Vaše děti? Rozhodují o něčem?

No, děcka se rozhodují samostatně třeba o tom nákupu oblečení a věcí, které potřebují do školy, jinak hlavně v nákupu potravin je jejich vliv velký. Dá se říct, že čím jsou starší, tím mají větší vliv. Ale celkově je to rozhodování založeno na rodinném souhlasu, hlavně nás dvou rodičů.

Už jste řekli, že se Vám nějaké peníze daří ušetřit. Jaké jsou vlastně ty hlavní důvody toho, že šetříte?

Jojo, daří se nám. No hlavní je vlastně mít nějakou tu jistotu. Být zajištění, kdyby došlo k výpadku příjmu a abychom měli nějaké peníze na budoucí investice, abychom měli naspořené nějaké peníze na důchod a podobně.

A vedli Vás rodiče k šetření již od malička?

Dá se říct, že ano.

Ukládáte někam ty své ušetřené prostředky?

V téhle chvíli využíváme běžných účtů, spořicíh účtů, penzijního připojištění, investiční kapitálové pojištění a ukládáme peníze do nemovitostí.

Jakým způsobem peníze ukládáte do těch nemovitostí? Co si pod tím můžu představit?

Že v momentu, kdy máme větší část peněz, tak je využíváme například na rekonstrukci domu nebo na koupi zahrady. Zahrada může sloužit třeba jako stavební pozemek, nebo v případě nouze můžeme zahradu samostatně prodat.

A podle čeho se při výběru, kam své finanční prostředky uložit, rozhodujete?

Rozhodujeme se, dá se říct, podle toho, jaká je výhodnost toho kterého produktu. No a potom se snažíme o to, aby to bylo rozprostřeno do více oblastí, to znamená, abychom ty peníze neměli uložené u jedné společnosti a v jednom produktu. A snažíme se využívat i toho, kde stát nabízí nějakou podporu, abychom ty státní prostředky využili.

Spoříte si nějakým způsobem na důchod?

No na důchod si spoříme všema třema pilířema stávajícíma. Plus ty věci, o kterých jsme mluvili, abychom měli i mimo ty tři pilíře nějaké prostředky naspořené.

Orientujete se v českém důchodovém systému, ve kterém teď docházelo ke změnám?

Jojo, já tomu rozumím, jak to je nastavené. Orientovat se v tom orientuju, že s tím nesouhlasím, jak je to nastavené, to je druhá stránka věci.

A s čím tedy nesouhlasíte?

No mě jde o to, že ten druhý pilíř měl svoji logiku, nemyslím si, že by bylo smysluplné ten druhý pilíř rušit a podporovat ten, který už běží. Myslím si, že ta škála, kam si na penzi prostředky ukládat, by měla být určitě pestřejší a zrušení toho druhého pilíře je spíše nějaká politická objednávka. Přišli jsme tím o další možnost výběru.

Vzali jste si někdy nějakou půjčku? O jakou půjčku šlo?

V rámci našeho života jsme využívali celou škálu půjček, měli jsme klasickou hypotéku, novomanželskou půjčku, půjčené peníze od rodiny, od známých, od města jsme čerpali půjčku na přestavbu domu, která byla s určitou dotací, měli jsme i klasický úvěr od banky. Takže jako ehm v rámci těch třiceti let jsme měli různě půjčený peníze, které jsme všechny úspěšně vrátily.

Ted' už žádnou půjčku nemáte?

Ne, ted' už si nepůjčujeme.

Podle čeho se při výběru půjčky rozhodujete, nebo ve vašem případě, podle čeho jste se dříve rozhodovali?

Rozhodujeme se podle nákladů půjčky, jaké jsou úroky, poplatky, taky jak je to složitě na papírování, jaký jsou tam požadavky na zajištění a v případě neschopnosti splácet jak nás to ohrožuje na tom, že by došlo k zabavení nějakého majetku a podobný záležitosti. To jsou hlavní důvody nebo hlavní věci, v kterých si snažíme udělat jasno a porovnat a podle toho se rozhodnout.

A rozhodujete se sami, nebo si necháte i poradit?

Necháme si v každém případě i poradit, s tím ale, že se na to úplně nespolehneme, bereme to jako jednu z možností jak získat informace. Projdeme to i s finančním poradcem, ale snažíme se rozhodnout sami.

Takže co se týče služeb finančního poradce, těch využíváte?

Využíváme.

A z jakých důvodů je využíváte?

Protože je to doplnění té mozaiky. Já si o tom něco můžu přečíst, najdu si něco na internetu nebo v jednotlivých podkladech, které jsou nabízené s těma jednotlivými produktama. Ale jestli mi v to někdo ve zkratce dokáže vyložit a odprezentovat a poukázat na nějaké zkušenosti, tak jestliže s tím člověkem, s tím finančním poradcem, jsem v minulosti měl pozitivní zkušenost, tak se na jeho výklad můžu více spolehnout a ušetří mi to práci v té orientaci a utváření vlastního názoru.

A máte s těmito službami dobré, nebo i špatné zkušenosti?

Měli jsme více poradců a dá se říct, že to je tak, jak se vším, záleží to na lidech. A měli jsme dobré i špatné zkušenosti.

Váš finanční poradce je placen společností?

Ano, v těch případech, které jsme absolvovali, byl vždy placen společností.

Máte každý měsíc přehled o tom, za co utrácíte?

Ano, každý měsíc máme přehled. Vedeme si evidenci pravidelnou.

A jakým způsobem si tu evidenci vedete?

V rámci internetového bankovníctví to sledujeme, plus si děláme v Excelu podrobnější evidenci příjmů a výdajů.

Odkládáte si nějaké peníze pro případ nouze nebo na jiné situace.

Ano jak jsme už řekli, tak si odkládáme každý měsíc.

Setkali jste se během studia s finanční matematikou?

Nesetkali, v rámci našeho studia ne.

A potřebovali jste někdy finanční matematiku během Vašeho života?

No potřebovali, museli jsme se to naučit sami a samozřejmě jsme to využili. Bez toho by nebylo možný si udělat názor na výhodnost těch jednotlivých produktů.

V dnešní době je finanční trh velmi složitý, působí zde velké množství bank a jiných finančních institucí, které nabízejí velké množství různých produktů. Máte nějakou základní představu o tom, jaké finanční instituce na trhu působí?

Myslím si, že základní představu máme, hlavně o tom, co využíváme.

Daří se Vám například při výběru půjčky nebo běžného účtu odlišit důležité informace od těch nedůležitých?

Ehm, no dokážeme se orientovat, vždycky se můžeme podívat na internet a zjistit si, jestli je to skutečně tak, jak si to myslíme. Ale dá se říct, že v tom zásadním pro nás se orientujeme. Když potřebuju nějaké detailnější informace, tak vím, kam se obrátit, kam se podívat, kde to najít.

Takže dokážete posoudit výhody a nevýhody například při srovnávání půjček či běžných účtů u různých bank?

Jojo, myslím, že dokážeme, už máme dost zkušeností.

V současnosti se také setkáváme s velkým množstvím finančních termínů, které jsou mnohdy velmi složité na pochopení. Orientujete se v těchto termínech? Víte například, jaký je rozdíl mezi debetní a kreditní kartou?

Ano, to víme, jaký je rozdíl.

Tak můžete mi ten rozdíl vysvětlit?

(přemýšlí) No debetní karta je karta od mého běžného účtu, při placení s ní vlastně čerpám své prostředky. Kreditní kartu tu můžu používat a platit s ní, aniž bych měl nějaké peníze, jsou to vlastně peníze na dluh, které musím splatit. Je tam myslím nějaké bezúročné období.

Využíváte kreditní kartu?

Ne vůbec, nikdy jsme ji nevyužili, máme pouze debetní karty.

V reklamách na různé půjčky se často objevuje zkratka RPSN, víte, co tato zkratka znamená?

Ano to víme, jsou to náklady na půjčku, zahrnuje to i úroky, poplatky, všechno.

Víte přesně ten význam jednotlivých písmenek v té zkratce?

No, tak to asi přesně nevíme. (přemýšlí) Roční průměrná sazba nákladů?

No, skoro, je to roční procentní sazba nákladů.

Aha, procentní. Tak jsme zas o něco chytřejší.

Ted' se zaměříme na informace, které Vám finanční instituce poskytují, jsou pro Vás srozumitelné?

Já si myslím, že ty základní informace jsou srozumitelné. Otázka je, že těch informací je tam takové velké množství a hodně detailů, které jsou v těch smluvních podkladech zapracovány takovým způsobem, že to vlastně počítá se situacemi, které v 95 % případů nenastanou nikdy, ale jsou vždy obsahem těch smluvních dokumentů. Tahle část je vždy tak složitá a obsáhlá, že aby člověk skutečně ehm neudělal tu chybu, musí tomu rozumět a neztrácet se v tom. Pakliže někdo někoho chce nějak oklamat a záměrně tam vloží do toho textu něco, s čím dopředu počítá, že toho může využít, tak si myslím, že takový podklad je velice složitý rozkrýt a najít tu chybu nebo záměr poskytovatele je prostě těžké.

Sjednali jste si někdy nějaký produkt, kterému jste nerozuměli, nebo jste se k němu nechali přesvědčit, byl Vám třeba doporučen, a nakonec jste s ním nebyli spokojení? Prozatím ne, jako nejsme si toho vědomi.

Tak a dostali jsme se ke konci rozhovoru. Na závěr jsem se Vás chtěla zeptat, jak vidíte situaci normálního člověka v dnešním světě. Ohledně těch dnešních finančních možností a poskytovaných informací?

Takhle, nabízené produkty by měly být určitě přehlednější a ten poskytovatel by měl být ve větší míře ehm morálnější. Neměli by se stávat situace, že jsou poskytované produkty, které jsou poskytovatelem zneužívány a dostávají ty příjemce těch služeb do životně nepřijatelných situací, kdy pro pár korun se dostávají lidi následně k exekucím a vymáhacím procesem do zabavování majetku a podobných věcí. To si myslíme, že by nemělo být postavené jenom na nějakých zákonech a poukazování na to, že zákonem to či ono není došetřeno. Společnost by neměla považovat něco takového vůbec za přijatelné a poskytovatel finančních služeb už vůbec ne. Taky by se mělo zaměřit na to, aby lidé měli lepší finanční znalosti, protože v té složité finanční terminologii je to potřeba, aby lidi nenaletěli a dokázali se rozhodnout a věděli podle čeho.

Máte ještě nějaký názor k probírané problematice? (přemýšlí) No, asi už nic.

Tak tímto bych Vám chtěla poděkovat za Vaše odpovědi a za Váš čas, který jste mi věnovali. Moc děkuji.

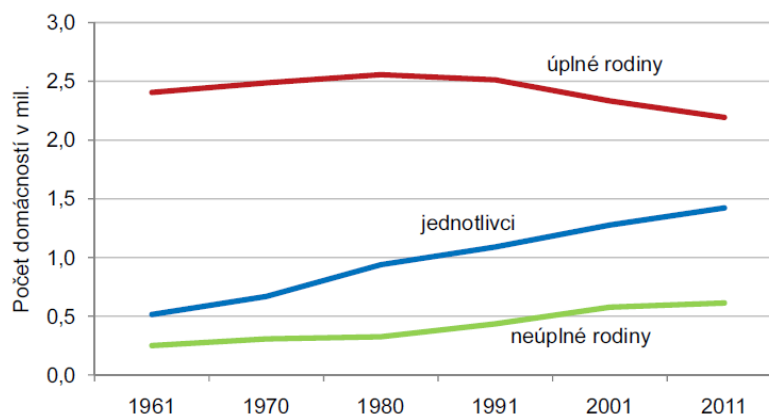
Není vůbec zač (smích), jsme rádi, když to pomůže.

F Domácnosti v ČR

Tab. c Složení domácností v roce 2011

Hospodařící domácnosti celkem	4 375 122
Domácnosti tvořené úplnou rodinou	2 097 031
❖ manželské páry (vč. registrovaný partnerství)	1 858 629
❖ faktická manželství (vč. faktických partnerství)	238 402
Domácnosti tvořené neúplnou rodinou	570 836
❖ v čele muž	107 084
❖ v čele žena	463 752
Domácnosti tvořené dvěma a více rodinami	69 694
Domácnost jednotlivce (singles)	1 422 147
Domácnost nerodinná vícečlenná	215 414

Zdroj: ČSÚ, Prezentace z tiskové konference o složení domácností v ČR, 2013, str. 6



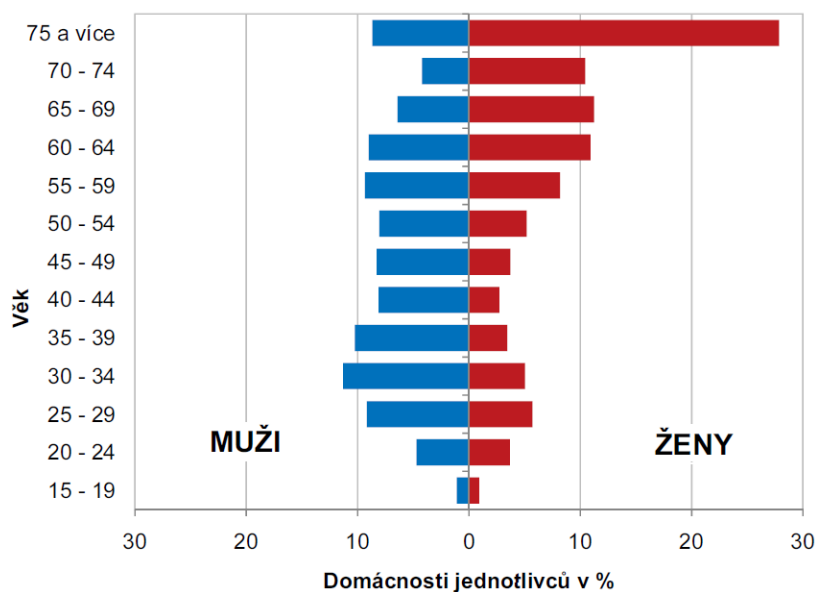
Obr. b Vývojové trendy domácností v období 1961 – 2011

Zdroj: ČSÚ, Prezentace z tiskové konference o složení domácností v ČR, 2013, str. 5

Domácnosti důchodců

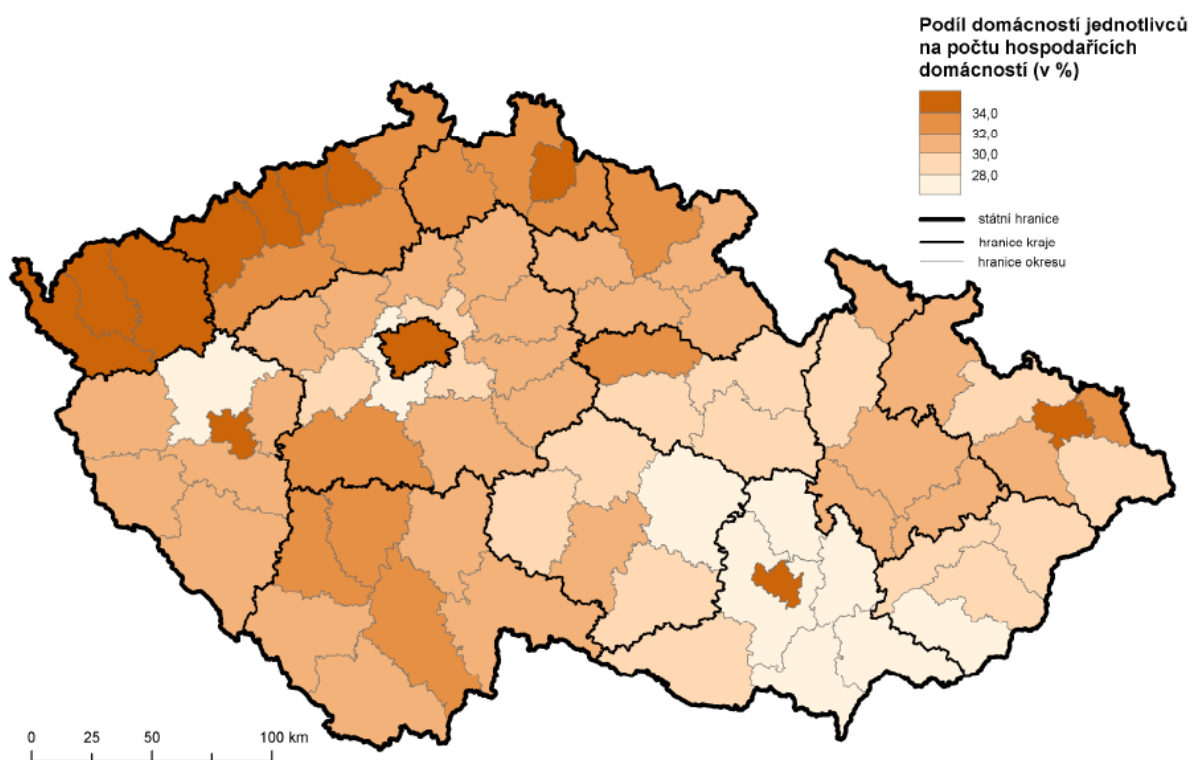
Domácnosti seniorů tvoří dvě nejvýraznější skupiny – domácnosti jednotlivců a úplné rodiny. Domácností jednotlivců seniorů žilo v roce 2011 na území ČR více než půl milionu a v naprosté většině případů se jedná o domácnosti nepracujících důchodců, především ovdovělých žen. Bydlí nejčastěji v bytových nebo rodinných domech. Téměř dvě třetiny jednotlivců seniorů obývá minimálně 3 pokojový byt. Bydlení v nájemném bytě využívá více než čtvrtina seniorů jednotlivců.

Druhou velmi významnou skupinou domácností seniorů jsou úplné rodiny. Ty jsou z 80 % manželským párem, se kterými zpravidla nežije žádná další osoba. Velkou většinu těchto rodin představují domácnosti, kde jsou obě osoby důchodci. Více než v 80 % se jedná o nepracující důchodce, pouze v minimu případů (1,5 %) jsou oba ekonomicky aktivní. Co se týče bydlení úplných rodin seniorů, téměř ve dvou třetinách případů žijí tyto rodiny ve vlastním domě nebo bytě (ČSÚ, 2014).



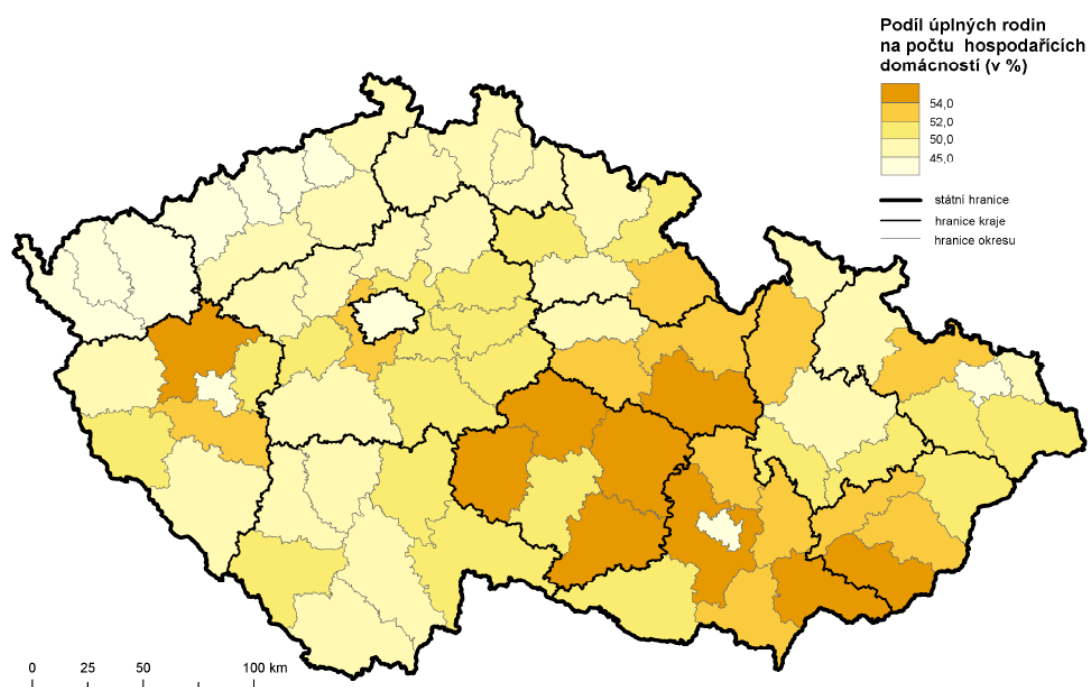
Obr. c Věková struktura domácností jednotlivců

Zdroj: ČSÚ, Prezentace z tiskové konference o složení domácností v ČR, 2013, str. 5



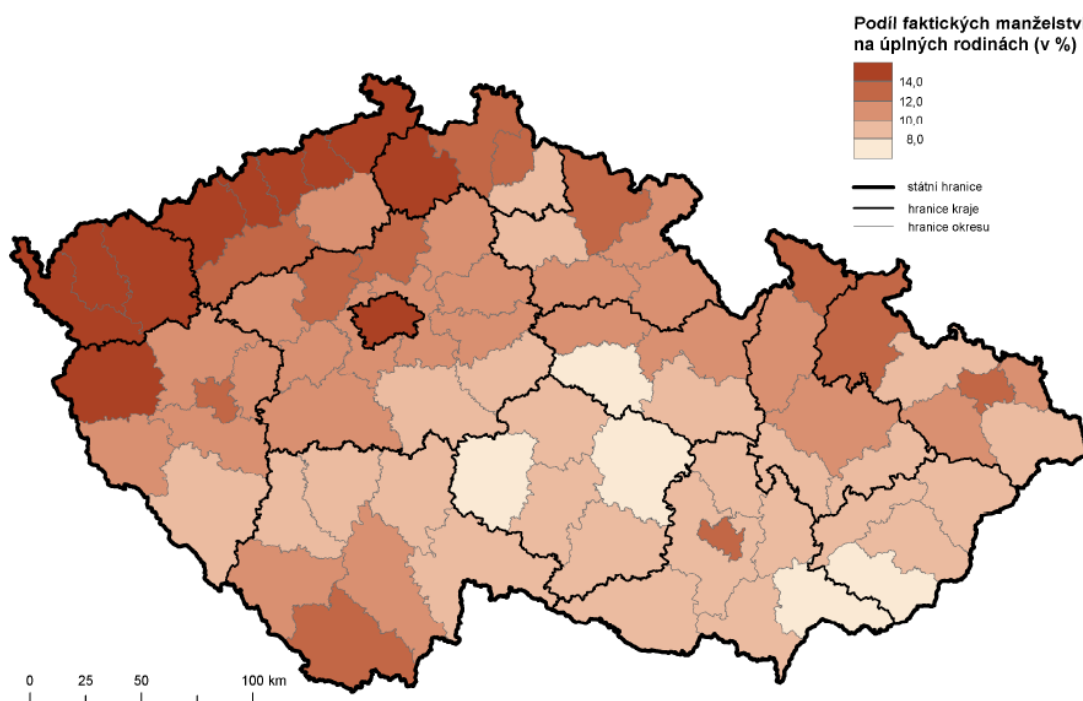
Obr. d Rozložení domácností jednotlivců po ČR

Zdroj: ČSÚ, Prezentace z tiskové konference o složení domácností v ČR, 2013, str. 15



Obr. e Rozložení domácností úplných rodin po ČR

Zdroj: ČSÚ, Prezentace z tiskové konference o složení domácností v ČR, 2013, str. 9

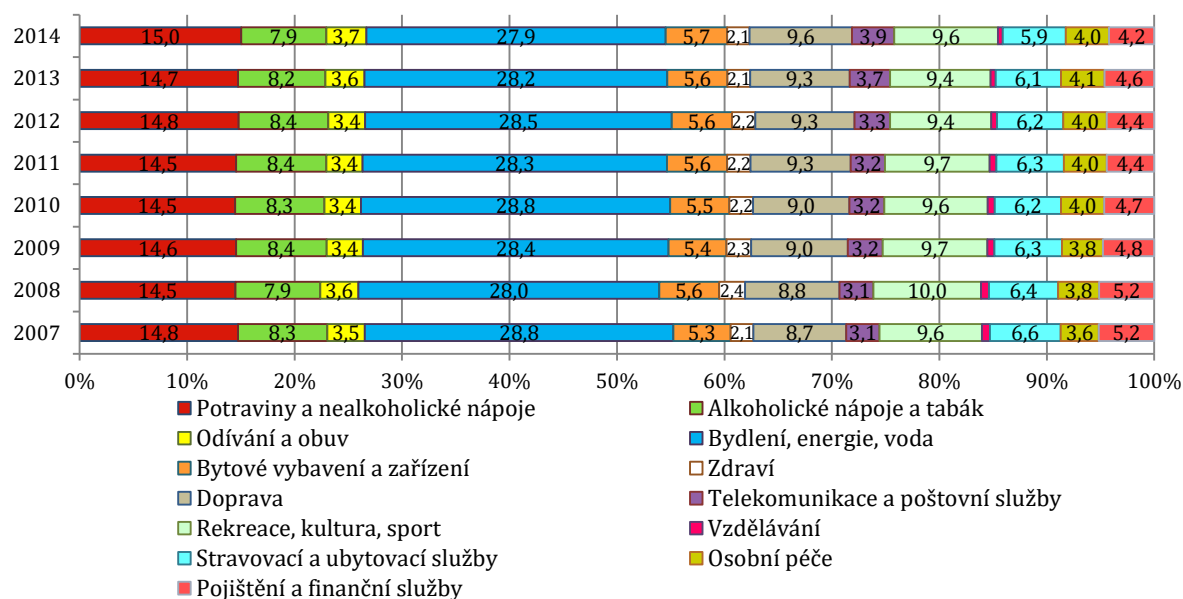


Obr. f Faktická manželství v ČR

Zdroj: ČSÚ, Prezentace z tiskové konference o složení domácností v ČR, 2013, str. 12

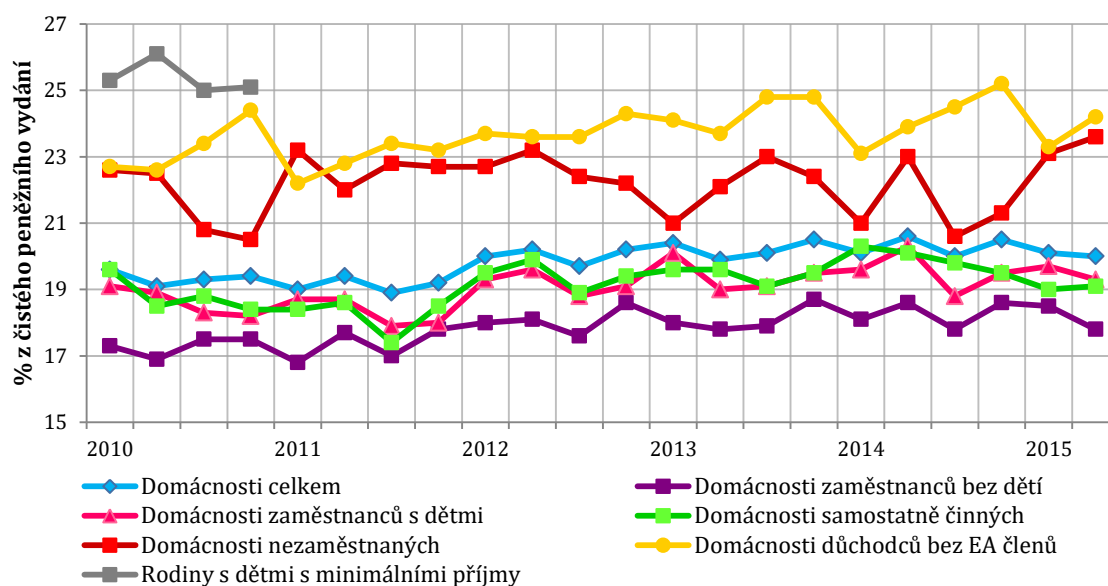
G Výdaje a spotřeba domácností

Jak je patrné z obr. g, struktura výdajů domácnosti se příliš nemění. V některých oblastech docházelo v době krize k mírnému poklesu. Výdaje na pojištění a finanční služby nebo na stravovací a ubytovací služby každoročně klesají, zatímco výdaje na dopravu a telekomunikace každoročně rostou.

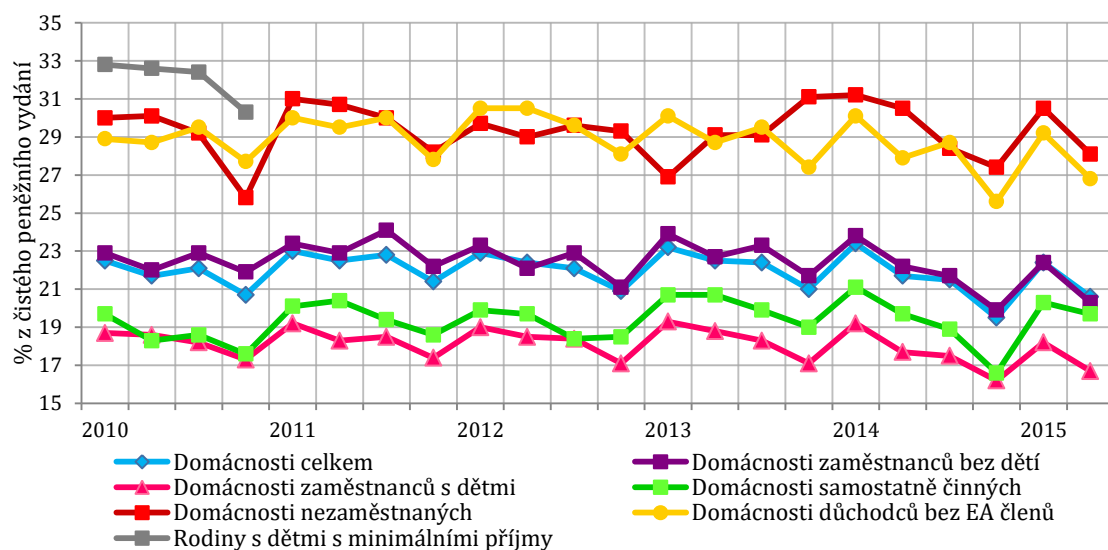


Obr. g Struktura výdajů domácností na konečnou spotřebu v roce 2007-2014 (ve stálých cenách)
Zdroj: ČSÚ, Časové řady výdajů na konečnou spotřebu domácností, 2015

Mezi největší výdajové položky domácností patří výlohy na nákup potravin a nealkoholických nápojů a také náklady na bydlení, vodu, energie a paliva. Z obr. h, i vyplývá, že u domácností s minimálními příjmy, domácností důchodců bez ekonomicky aktivních členů a domácností nezaměstnaných, zaujímají výdaje na bydlení a potraviny velký podíl z celkového peněžního vydání. U domácností zaměstnanců bez dětí tvoří výdaje na potraviny pouze kolem 18 %, zatímco u domácností s minimálními příjmy se jedná až o 26% podíl. Z hlediska nákladů na bydlení a energie jsou na tom nejlépe domácnosti zaměstnanců s dětmi, kteří na ně vynaloží jen okolo 18 % ze svých celkových výdajů. Domácnosti s minimálními příjmy naopak třetinu ze svých celkových výdajů utratí právě za bydlení a energie. Rozdíly mezi výdaji na bydlení jsou u různých sociálních skupin domácností větší než u výdajů na potraviny. Domácnosti s dětmi s minimálními příjmy byly zkoumány pouze do roku 2010.



Obr. h Vývoj výdajů na potraviny a nealkoholické nápoje v závislosti na typu domácnosti
Zdroj: ČSÚ, Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů, 2015



Obr. i Vývoj výdajů na bydlení, vodu, energie a paliva v závislosti na typu domácnosti
Zdroj: ČSÚ, Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů, 2015

H Seznam použitých zkratk

AČSS	Asociace českých stavebních spořitel
AKAT	Asociace pro kapitálový trh
ČBA	Česká bankovní asociace
ČLFA	Česká leasingová finanční asociace
ČMSS	Českomoravská stavební spořitelna
ČNB	Česká národní banka
ČS	Česká spořitelna
ČSÚ	Český statistický úřad
EU-SILC	European Union – Statistics on Income and Living Conditions
HZL	Hypoteční zástavní listy
MFČR	Ministerstvo financí České republiky
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
RPSN	Roční procentní sazba nákladů
SRÚ	Statistiky rodinných účtů